

**PENGARUH SIKAP TERHADAP UANG
PADA PERILAKU KONSUMTIF REMAJA**



SKRIPSI

**Oleh :
Meirisa Imanda
201210230311084**

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2017**

**PENGARUH SIKAP TERHADAP UANG
PADA PERILAKU KONSUMTIF REMAJA**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Universitas Muhammadiyah Malang sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi**



**Oleh :
Meirisa Imanda
201210230311084**

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2017**

LEMBAR PENGESAHAN

1. Judul Skripsi : Pengaruh Sikap Terhadap Uang pada Perilaku Konsumtif Remaja
2. Nama Peneliti : Meirisa Imanda
3. NIM : 201210230311084
4. Fakultas : Psikologi
5. Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Malang
6. Waktu Penelitian : 1 – 14 Januari 2017

Skripsi ini telah diuji oleh dewan penguji pada tanggal 08 April 2017

Dewan Penguji

Ketua Penguji	: Dr. Nida Hasanati, M.Si	()
Anggota Penguji	: Zakarija Achmat, S.Psi., M.Si	()
	Dr. Djudiyah, M.Si	()
	Adhyatman Prabowo, S.Psi., M.Psi	()

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Nida Hasanati, M.Si

Zakarija Achmat, S.Psi, M.Si

Malang, 08 April 2017

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang

Dr. Iswinarti., M. Si

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Meirisa Imanda

Nim : 201210230311084

Fakultas / Jurusan : Psikologi

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Malang

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

Pengaruh Sikap Terhadap Uang pada Perilaku Konsumtif Remaja

1. Adalah bukan karya orang lain baik sebagian maupun keseluruhan kecuali dalam bentuk kutipan yang digunakan dalam naskah ini dan telah disebutkan sumbernya.
2. Hasil tulisan karya ilmiah/skripsi dari penelitian yang saya lakukan merupakan Hak bebas Royalti non eksklusif, apabila digunakan sebagai sumber pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia mendapat sanksi sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

Mengetahui
Ketua Program Studi

Malang, 08 April 2017
Yang menyatakan

Yuni Nurhamida, S.Psi. M.Si

Meirisa Imanda

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan Efektivitas Komunikasi Antara Orangtua dan Remaja Dengan Agresivitas Pada Remaja”, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana psikologi di Universitas Muhammadiyah Malang.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan dan petunjuk serta bantuan yang bermanfaat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Iswinarti., M. Si selaku dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. Nida Hasanati, M.Si dan Zakarija Achmat, S.Psi, M.Si selaku Pembimbing I dan Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu memberikan bimbingan dan arahan yang sangat berguna, hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Mohammad Shohib, S.Psi., M.Si. selaku dosen wali yang telah memberikan dukungan dan pengarahan sejak awal perkuliahan hingga selesainya skripsi ini.
4. Bapak Rachmat dan Ibu Sri Rahayu selaku orang tua, Ayu Rara Larasati beserta seluruh keluarga yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang sudah memberikan dukungan, do'a sehingga penulis mempunyai motivasi yang lebih dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Sahabat saya Ridho Asarday Putra, Bachtiar Arifin, Ade Rahmad Hidayatullah, Hibatullah Hadyan Aufar, Billie Aufar dan Galoh Permana Yanoe yang telah memberikan dukungan dan penyemangat dalam penulisan skripsi ini.
6. Teman-teman psikologi khususnya Dani Hamdani, Nur Alim Mubin, Zaki Mahdi, Mughny Ilman, Beny Setyo dan untuk teman-teman Psikologi B angkatan 2012 lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu dalam memberikan dukungan dan penyemangat dalam penulisan skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan kontrakan Ahlul Bait yang selalu menjadi keluarga, teman baik dan buruk, memberikan pengalaman pembelajaran bagi saya untuk menjadi yang lebih baik dari sebelumnya.
8. Saudara dan kerabat dekat penulis yang telah bersedia menjadi subjek penelitian ini dari pelaksanaan uji coba instrumen hingga penelitian pasca uji coba instrumen.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang telah banyak memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari tiada satupun karya manusia yang sempurna, sehingga kritik dan saran demi perbaikan karya skripsi ini sangat penulis harapkan. Meski demikian, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya dan pembaca pada umumnya.

Malang, 08 April 2017

Penulis

Meirisa Imanda

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
INTISARI	1
PENDAHULUAN	2
LANDASAN TEORI	5
Perilaku Konsumtif	5
Sikap Terhadap Uang	6
Remaja	7
Sikap Terhadap Uang dan Perilaku Konsumtif pada Remaja	8
Hipotesis	11
METODOLOGI PENELITIAN	11
Rancangan Penelitian	11
Subjek Penelitian	11
Variabel dan Instrumen Penelitian	11
Prosedur dan Analisa Data	12
HASIL PENELITIAN	13
DISKUSI	15
KESIMPULAN DAN IMPLIKASI	17
REFRENSI	18
LAMPIRAN	20

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Indeks Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur Penelitian	12
Tabel 2. Karakteristik Subjek Penelitian	13
Tabel 3. Hasil Analisis Regresi	14
Tabel 4. Nilai <i>Pearson Correlation</i> dan <i>Significan</i>	14
Tabel 5. Nilai Determinasi Sikap Terhadap Uang pada Perilaku Konsumtif	14



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Skala Uji Coba	21
Lampiran <i>Blue Print</i> Skala Uji Coba	25
Lampiran Skala Penelitian	32
Lampiran <i>Blue Print</i> Skala Penelitian	35
Lampiran Analisis Uji Coba Skala	41
Lampiran Analisis Hasil Penelitian	51
Lampiran Data Kasar	57



PENGARUH SIKAP TERHADAP UANG PADA PERILAKU KONSUMTIF REMAJA

Meirisa Imanda

Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Malang

meirisa.imanda@yahoo.com

Memahami dan menyikapi uang sangat penting karena sikap-sikap ini membentuk perilaku setiap individu. Remaja adalah kelompok yang berorientasi konsumtif, karena mereka suka mencoba hal-hal yang baru, tidak realistis dan cenderung boros. Untuk menghindari perilaku konsumtif, remaja dapat menyikapi uang dengan baik agar mampu mengatur arus pengeluaran keuangan mereka. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh sikap terhadap uang pada perilaku konsumtif remaja. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif non-eksperimen dengan metode korelasional. Teknik pengambilan sampel menggunakan Purposive Sampling dengan subjek 268 orang. Hasil penelitian yang telah diuji melalui teknik analisis Regresi Linier Berganda, menunjukkan ada pengaruh yang signifikan sikap terhadap uang pada perilaku konsumtif pada remaja ($F=167.587$, $p=0.000$). Dimensi *power prestige* mempengaruhi perilaku konsumtif remaja sebesar 38,7%.

Kata Kunci: Sikap Terhadap Uang, Perilaku Konsumtif, Remaja

Understanding and addressing the money is very important because these attitudes shape the behavior of each individual. Teens is consumerist-oriented groups, because they like to try new things, not realistic and likely to be wasteful. To avoid consumer behavior, teens may be addressing the money properly to organize their financial expenditure flows. The purpose of this research is to find out whether there is influence attitudes towards money on consumerist behavior of teens. The approach used in this research is a non-quantitative experiments with the korelasional method. Sampling techniques using a Purposive Sampling with the subject of 268 people. Research results that have been tested through Multiple Linear Regression analysis techniques, shows there is a significant influence on attitudes towards money on consumer behavior in adolescence ($F= 167.587$, $p= 0000$). Dimensions power prestige consumerist behaviour in teenagers of 38,7%.

Keyword: Attitudes Towards Money, Consumerist, Teens

Remaja merupakan usia peralihan dari usia anak-anak menuju usia dewasa (Hurlock, 1997). Masa remaja adalah masa di mana individu sedang mencari tahu jati dirinya, dalam masa ini remaja mudah untuk mengikuti apa yang sedang digemari oleh para remaja lainnya, hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan pengakuan di lingkungannya. (Santrock, 2003). Di zaman modern saat ini, dalam segala hal semua harus serba *up to date*, begitu juga dengan sebuah *trend fashion* di lingkungan para remaja. Para remaja seakan diharuskan untuk mengikuti arus zaman, ketika para remaja tersebut tidak mengikuti arus zaman mereka dapat dikatakan tidak modern, jadul atau ketinggalan zaman. Pada akhirnya berbelanja adalah suatu cara untuk menunjang penampilan dan juga untuk mewujudkan pengekspresian diri, namun, perilaku membeli yang tidak sesuai dengan kebutuhan dikenal sebagai perilaku konsumtif atau perilaku boros. Di samping itu fenomena di masyarakat, anak muda zaman sekarang memang makin gemar belanja dan meleak dengan keuangan. Seperti survei yang dilakukan MarkPlus Insight bertajuk Monitoring 2015, bahwasannya motif terkuat anak berbelanja adalah karena kebutuhan sebanyak 29,33%; karena model yang bagus sebanyak 25,2%; karena harga murah sebanyak 21,5%; dan karena model yang trendi sebanyak 20,6%. (Marketeers.com)

Remaja adalah kelompok yang berorientasi konsumtif, karena mereka suka mencoba hal-hal yang baru, tidak realistis dan cenderung boros (Loudon dan Bitta, 1993). Maka dari itu remaja kerap menjadi sasaran pasar industri, melihat kembali dari karakteristik remaja yang masih mudah dipengaruhi melalui media yang menawarkan produk yang sedang *trending* atau sedang digemari di lingkungan para remaja. Remaja rela menghabiskan uangnya untuk membeli suatu barang yang diinginkan dan itu mampu membantu mereka agar dapat merealisasikan pengekspresian dirinya dan mendapatkan pengakuan dari lingkungannya. Pada akhirnya para remaja membeli bukan dari manfaatnya, namun sekedar melihat dari merk dan apakah barang tersebut sedang digemari atau tidak di lingkungannya. Hal ini diperkuat dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Ariesny, (2007) kepada 146 siswi dengan usia antara 15-17 tahun. Hasilnya menunjukkan bahwa hubungan negatif antara konsep diri dengan perilaku konsumtif, maka dari itu semakin negatif konsep diri, semakin tinggi pula perilaku konsumtif tersebut.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Elias G dan Andrew (2010), sebanyak 36,4% yang rentan melakukan perilaku konsumtif adalah kelompok usia 26-35 tahun, kemudian 13,6% adalah kelompok usia 46-55 tahun. Dalam intensitas berbelanja, sebanyak 36,4% setidaknya paling sedikit dalam satu minggu sekali akan pergi berbelanja, kemudian yang berbelanja seminggu dua kali, sebanyak 19,5%. Fenomena mengenai siapa yang mempengaruhi keputusan untuk membeli, dalam kelompok yang tingkat pendidikannya rendah adalah teman. Berbeda dengan kelompok yang tingkat pendidikannya lebih tinggi, mereka dipengaruhi oleh pasangan dan anak-anaknya dalam keputusan membeli. Kecenderungan untuk berperilaku konsumtif ini semakin meningkat di kala mereka memiliki kupon belanja gratis. Di zaman modern saat ini, media ikut ambil alih dalam menarik perhatian individu yang memiliki kecenderungan untuk berperilaku konsumtif, di mana Televisi mendapatkan prosentase sebanyak 50,8% yang paling efektif berpengaruh untuk kecenderungan seseorang berperilaku konsumtif.

Dapat dilihat jika individu yang berusia muda cenderung menghabiskan waktu di luar rumah dan menghabiskan uangnya, berbeda dengan usia yang lebih tua dan sudah berkeluarga dengan berbagai macam kebutuhan sehari-hari, mereka lebih jarang berbelanja dan menghabiskan uang untuk hal yang kurang bermanfaat. Namun, jika dilihat dari intensitas

berbelanja, individu yang berperilaku konsumtif paling sedikit mereka melakukan aktifitas berbelanja minimal satu kali dalam seminggu.

Sumartono (2002), perilaku konsumtif adalah sebuah perilaku yang sudah tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena sudah adanya keinginan pada taraf yang tidak rasional. Menurut Kholilah (Suryana dan Fransisca, 2005; dalam Sulis, 2013) secara psikologis perilaku konsumtif membuat individu mengalami kecemasan dan perasaan tidak nyaman. Kecemasan itu muncul disaat individu sedang menginginkan sesuatu barang namun tidak didukung dengan keuangannya, maka perasaan cemas dan tidak nyaman itu akan timbul karena belum mampu mendapatkan barang yang diinginkannya.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Enrico, Aldo, dkk (2014) kepada 270 mahasiswa yang berlokasi di Jakarta, ini memperkuat dari penjelasan di atas. Faktor yang lebih dominan membuat seseorang berperilaku konsumtif yaitu "*Product Usage and Purchasing Power*", prosentasenya didapatkan sebanyak 29.624% dari 71.749%. Ini menunjukkan bahwa memenuhi keinginan adalah faktor dominan yang mempengaruhi seseorang berperilaku konsumtif.

Menurut Engel dan Miniard (1994), perilaku konsumtif dikaitkan dengan gaya hidup seseorang, tidak dilihat hanya dari sisi materinya saja. Contohnya, jika ada individu yang menghabiskan uang ataupun banyak waktu yang dimilikinya untuk hal yang tidak berguna, maka individu tersebut dapat dikatakan berperilaku konsumtif. Pada kenyataannya, apapun itu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif dan membuat dampak yang kurang baik khususnya untuk remaja, diantaranya; uang saku akan lebih cepat habis karena untuk membeli sesuatu yang kurang bermanfaat, menyulitkan para orang tua dan budaya konsumtif ini akan terbiasa seumur hidup, perilaku konsumtif membuat remaja berpikiran bahwa kesenangan, kebahagiaan hanya mampu diperoleh melalui uang.

Wiguna (dalam Sulis, 2013) mengatur arus pengeluaran uang merupakan hal yang paling penting. Seseorang sulit dalam melakukan pengaturan keuangan dengan baik dan benar dalam kehidupannya. Hal ini terjadi dikalangan remaja, karena mereka merasa bahwa mendapatkan uang hanya dengan meminta kepada orang tua, mereka masih belum mengerti bagaimana untuk menghasilkan uang sendiri. Maka dari itu para remaja kerap menggunakan uang dengan sesuka mereka, mengabaikan, membelanjakan semuanya tanpa melihat arti manfaatnya, mereka hanya tertarik atau hanya menggunakan rasa suka terhadap barang tersebut.

Hasil penelitian yang dilakukan Roberts dan Jones (2001) terhadap 406 mahasiswa dan mahasiswi di Amerika, dengan usia rata-rata 19 tahun. Robert dan Jones mendapatkan nilai tertinggi pada faktor *power-prestige* dari empat faktor sikap terhadap uang yaitu *power-prestige*, *retention-time*, *distrust*, dan *anxiety*. *Power-prestige* ini adalah dimana ketika seseorang menggunakan uang untuk mempengaruhi dan mengesankan orang lain.

Menurut Belk dan Wallendorf (Li dkk, 2009) Uang adalah elemen yang sangat penting dalam kehidupan manusia sehari-hari. Uang sendiri mampu memotivasi dan mempengaruhi keputusan seseorang dalam membeli sesuatu. Uang merupakan benda yang penting, di mana uang berindak sebagai alat tukar barang dengan barang, dalam bentuk kertas maupun logam dapat menjadi berbagai macam benda, misalnya makanan, rumah, kendaraan, maupun dalam bentuk jasa. Namun, di masa modern saat ini uang sudah bukan hanya dipandang sebagai

sebuah alat tukar, uang juga dijadikan untuk mendapatkan sebuah kebahagiaan dan kesejahteraan bagi manusia.

Hasil penelitian yang dilakukan Lejoyuex, dkk (2011) kepada 203 mahasiswa kedokteran didapatkan beberapa faktor sikap terhadap uang signifikan berkorelasi dengan perilaku kompulsif, faktor dari tiga sub skala sikap terhadap uang tersebut adalah *Distrust*, *Anxiety*, dan *Affair Missing*. Menurut Yamauchi dan Templer (dalam Lejoyuex, dkk (2011) faktor *Distrust* ini menggambarkan orang-orang yang mendapatkan skor tinggi akan keraguan, curiga dan ragu-ragu mengenai situasi yang melibatkan uang. *Anxiety* ini menggambarkan orang-orang yang melihat uang sebagai sumber kecemasan serta sumber perlindungan dari kecemasan. Kecemasan akan muncul ketika harus melewatkan suatu barang dengan harga yang murah atau barang tersebut sedang *sale*. Kemudian *Affair Missing*, kecemasan akan kehilangan kesempatan baik untuk membeli suatu barang.

Taneja (2012), menyatakan bahwasannya setiap individu berbeda-beda dalam menyikapi uang, menyikapi uang dipengaruhi oleh banyak faktor misalnya saja dari pengalaman saat masih berada di masa kanak-kanak, pendidikan, keuangan, status sosial, lingkungan sosial ekonomi dan keluarga.

Penelitian lainnya juga menunjukkan bahwa sikap terhadap uang antara laki-laki dan perempuan memiliki perbedaan. Seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Falahati dan Hj. Paim (2011) kepada 2.340 mahasiswa. Hasilnya menunjukkan adanya perbedaan antar gender, di mana laki-laki melihat uang sebagai alat kekuasaan sementara, mengalami kecemasan dan memiliki sikap dapat menyimpan uang. Sementara perempuan yang memiliki pemikiran konservatif mengenai uang, menurut perempuan uang adalah untuk memanjakan dirinya. Kemudian penelitian lainnya menunjukkan bahwa tiga dimensi dari sikap terhadap uang juga berkorelasi signifikan dengan perilaku berhutang, dimensi tersebut adalah *Distrust*, *Quality*, dan *Anxiety* (Shohib, 2015).

Memahami dan menyikapi uang sangat penting karena sikap membentuk perilaku setiap individu. Dalam penelitian ini yang khususnya berpusat kepada remaja, yang mana remaja adalah masa peralihan dari masa anak-anak menuju masa dewasa, karakteristik remaja yang masih mencari tahu siapakah dan bagaimana sebenarnya mereka, dan umumnya belum memiliki penghasilan dan masih mendapatkan uang dari orangnya. Ini penting untuk remaja dalam menyikapi uang, apakah uang tersebut digunakan dengan benar atau tidak.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh sikap terhadap uang pada perilaku konsumtif remaja. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah agar setiap individu mampu untuk memahami dan menyikapi uang, agar nantinya individu tersebut tidak memunculkan perilaku konsumtif, untuk manfaat teori dalam penelitian ini gunanya untuk menambah ilmu dalam bidang psikologi dan disisi lain penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat kepada para pembaca, tidak hanya menjadi bahan bacaan namun juga dapat menjadi referensi untuk dilakukan penelitian selanjutnya.

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas (Sumartono, 2002). Artinya, belum habis dengan satu produk yang digunakan, seseorang sudah menggunakan produk jenis yang sama dari merk yang berbeda atau membeli barang karena akan mendapatkan sebuah hadiah atau membeli suatu produk karena kebanyakan orang juga menggunakan produk tersebut.

Lubis (Sumartono, 2002), perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Anggasari (Sumartono, 2002), perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa perilaku konsumtif adalah sebuah perilaku membeli barang yang berlebihan dan sudah tidak didasari dengan pertimbangan kegunaannya, namun hanya melihat dari sisi kepuasan hasrat dan kenyamanan fisik yang sifatnya berlebihan.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono (2002), munculnya perilaku konsumtif disebabkan oleh:

- a. Faktor Internal
Faktor internal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif seseorang adalah motivasi, harga diri, observasi, proses belajar, kepribadian dan konsep diri.
- b. Faktor Eksternal
Faktor eksternal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif seseorang adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial, refrensi dan keluarga.

Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono (2002), indikator-indikator perilaku konsumtif adalah:

- a. Membeli produk karena iming-iming hadiah
Individu membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.
- b. Membeli produk karena kemasannya menarik
Konsumen sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warna-warna yang menarik. Artinya, motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus dengan rapi dan menarik.
- c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi
Konsumen mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya konsumen mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya dengan tujuan agar konsumen selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain. Konsumen membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri.
- d. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya)
Konsumen cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.

- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status
Konsumen mempunyai kemampuan membeli yang tinggi, baik dalam berpenampilan, berdandan, gaya rambut dan sebagainya. Sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar terlihat keren di mata orang lain.
- f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan
Konsumen cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolakannya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya. Konsumen juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan, bila ia mengidolakan *public figure* produk tersebut.
- g. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi
Konsumen sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan yaitu dapat menumbuhkan rasa percaya diri.
- h. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merk berbeda)
Konsumen akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merk yang lain dari produk sebelumnya dia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.

Sikap Terhadap Uang

Belk dan Wallendorf (Li dkk, 2009), uang adalah elemen penting dalam kehidupan makhluk hidup sehari-hari. Uang dapat membuat seseorang termotivasi dan mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian dari seseorang. Seorang individu sudah tidak hanya menghubungkan uang dengan nilai, kegunaan dan kekayaan, namun juga menghubungkan dengan berbagai macam arti dan emosi.

Finn (Li dkk, 2009) pakar ekonomi menganggap seseorang sebagai pembuat keputusan yang rasional dan seseorang tersebut akan melakukan pencarian untuk meningkatkan kekayaan, kemudian menggunakan uang secara penuh. Meski demikian, seseorang juga memiliki tujuan lain, selain hanya menumpuk sebuah kekayaan (contoh: kekuasaan, menikmati hidup), tujuan tersebut yang mempengaruhi sikap seseorang kepada uang juga keputusannya, dan kebiasaannya dalam hal yang melibatkan uang.

Berdasarkan uraian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa sikap terhadap uang adalah wujud perilaku seseorang yang timbul dari pemahaman terhadap manfaat kepemilikan, kegunaan dan makna simbolis dari uang yang mempengaruhi kepada perilaku pembelian seseorang.

Sikap terhadap uang setiap orang pasti akan berbeda-beda, kita dapat melihat dari cara pandang seseorang terhadap uang yang dimilikinya. Dengan adanya uang, seseorang dibuat untuk merasa tenang untuk menjalani setiap kegiatan yang ada. Yamauchi dan Templer (1982) yang mengemukakan tentang *Money Attitude Scale* (MAS) menemukan dimensi dalam sikap terhadap uang, yaitu:

- a. *Power Prestige*

Ini merupakan dimensi pertama dari sikap terhadap uang. Pada dimensi ini uang dianggap sebagai alat kekuasaan, yang nantinya uang akan digunakan untuk membeli mobil, motor, pakaian dan lain-lain. Mereka yang memiliki skor tinggi pada dimensi ini menggunakan uang sebagai alat untuk mempengaruhi orang lain serta menjadikan sebagai simbol kesuksesan.

b. *Retention Time*

Dimensi kedua dari sikap terhadap uang. *Retention time* mengacu pada perilaku membelanjakan uang perlu dengan perencanaan sebelumnya. Setyawan (2011) *retention time* merupakan salah satu sikap psikologis seseorang yang mengacu pada perilaku dimana seseorang akan berhati-hati dan uang harus direncanakan terlebih dahulu sehingga uang yang dipakai nantinya memberikan manfaat. Mereka yang memiliki skor tinggi pada dimensi ini memiliki perencanaan keuangan di masa yang akan datang serta memantau situasi keuangan mereka dengan teliti.

c. *Distrust*

Dimensi ketiga dari sikap terhadap uang. Ciri-ciri dari dimensi ini adalah adanya rasa curiga atau ragu dengan situasi yang berhubungan dengan penggunaan uang. Mereka yang memiliki skor tinggi pada dimensi ini sering ragu serta curiga dalam pengambilan keputusan untuk membeli yang efisien.

d. *Anxiety*

Dimensi keempat ini dianggap sebagai faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam berbelanja. Sehingga *anxiety* memiliki 2 karakteristik yaitu uang dapat menimbulkan kecemasan dan dapat memberikan perlindungan. Mereka dengan skor tinggi pada dimensi ini melihat uang sebagai kegelisahan dan juga menjadi sumber perlindungan dari kegelisahan itu sendiri.

e. *Quality*

Dimensi terakhir dari sikap terhadap uang. *Quality* ini mengedepankan unsur-unsur kualitas pada hidup dengan memilih barang-barang dengan kualitas baik sebagai kriteria utama. Mereka yang memiliki skor tinggi pada dimensi ini percaya bahwa mendapatkan hal yang terbaik atau mendapatkan barang dengan kualitas terbaik dengan membayar dengan jumlah yang banyak, berbeda dengan mereka yang nilainya rendah pada dimensi ini menganggap kualitas produk bukan sesuatu yang penting.

Remaja

Remaja merupakan masa peralihan perkembangan dari masa anak-anak menuju masa dewasa. Masa ini merupakan masa dimana individu memiliki banyak teman dekat, persahabatan pada kelompok sebayanya (Santrock, 2003).

WHO (dalam Sarwono, 2000), memberikan definisi remaja yang lebih konseptual. Dalam definisi tersebut dikemukakan 3 kriteria, yaitu biologi, psikologi dan sosial ekonomi. Sehingga secara lengkap definisi tersebut berbunyi sebagai berikut: (1) individu berkembang dan pertama kali menunjukkan tanda-tanda seksual sekundernya sampai saat individu mencapai kematangan seksual, (2) individu mengalami perkembangan psikologi dan pola identifikasi dari kanak-kanak menjadi dewasa, (3) terjadinya peralihan dari ketergantungan sosial ekonomi yang penuh kepada keadaan yang relatif lebih mandiri.

Menurut Monk, dkk (2002), mengemukakan bahwasannya terdapat pembagian masa remaja menjadi 3 tahap, yaitu:

1. *Pre Adolescence* yaitu antara usia 12 tahun sampai dengan usia 15 tahun.
2. *Early Adolescence* yaitu antara usia 15 tahun sampai dengan usia 18 tahun.
3. *Middle Adolescence* yaitu antara usia 18 tahun sampai dengan usia 21 tahun.

Berdasarkan uraian di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa masa remaja adalah masa peralihan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa, di mana ditandai dengan perubahan biologi, psikologi dan sosial ekonominya dengan rentan usia 12 tahun hingga usia 21 tahun.

Sikap Terhadap Uang dan Perilaku Konsumtif pada Remaja

WHO (dalam Sarwono, 2000) remaja adalah masa peralihan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa, di mana ditandainya dengan perubahan biologi, psikologi dan sosial ekonominya. Perubahan sosial ekonomi yang dimaksud di sini, dari sifat yang awalnya bergantung menjadi relatif mandiri. Masa remaja biasanya para remaja akan memiliki banyak teman dekat, hubungan persahabatan bahkan awal mengenal asmara pada kelompok sebayanya. Hal ini yang membuat remaja menginginkan sebuah pengakuan di lingkungan sosialnya. Pada dasarnya masa remaja adalah masa mereka sedang mencari jati dirinya, ini menyebabkan remaja mudah untuk mengikuti apa yang sedang digemari di kalangan para remaja, untuk mendapatkan sebuah pengakuan di lingkungan sosialnya. (Santrock, 2003).

Adapun cara remaja menunjukkan dirinya kepada lingkungan sosialnya yaitu melalui penampilan mereka. Berbelanja adalah salah satu jalan bagi remaja untuk memperindah penampilan mereka, dengan berbelanja remaja akan mendapatkan apa yang mereka inginkan, dengan begitu mereka akan percaya diri saat keinginan pada suatu barang dapat terealisasi. Berbelanja seharusnya memiliki tujuan yang bermanfaat, bukan hanya untuk memenuhi keinginan terhadap suatu barang, apalagi hanya agar mendapatkan pengakuan di lingkungan sosialnya. Berbelanja yang tidak melihat arti kegunaannya secara tepat dapat dikatakan bahwa itu adalah perilaku boros atau perilaku konsumtif.

Salah satu tugas dan tanggung jawab remaja adalah mencari mandiri baik dari sisi sosial, ekonomi dan emosional orang tua maupun orang dewasa lainnya. Orang tua sudah memberikan beberapa tanggung jawab begitupun kepercayaan pada remaja mengenai bagaimana remaja menyikapi uang. Namun, tidak semua remaja mampu menjalankan tanggung jawab yang diberikan oleh orang tuanya. Saat anak menyalahgunakan tanggung jawab yang diberikan orang tuanya mengenai bagaimana mereka menyikapi uang, yang terjadi remaja saat ini menyikapi uang sebagai alat untuk mengejar, mendapatkan kesenangan atau sebagai penyalur perilaku membelinya.

Perilaku konsumtif adalah perilaku membeli barang yang berlebihan dan sudah tidak didasari oleh sebuah pertimbangan pembelian dari kegunaannya, dari sisi kepuasan hasrat dan kenyamanan fisik yang berlebihan. Sumartono mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai suatu tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas. Maksudnya, belum habis dari pemakaian produk yang digunakan, seseorang sudah menggunakan produk jenis yang sama dari merk yang berbeda atau membeli barang karena akan mendapatkan hadiah dari pembelian suatu produk tersebut. Anggasari (dalam Sumartono, 2002)

mendefinisikan perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak dipertimbangkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan.

Sumartono (2002) menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang ada dua, yaitu faktor internal yang berasal dari dalam diri individu dan faktor eksternal yang berasal dari luar. Faktor internal antara lain: motivasi, harga diri, observasi, proses belajar, kepribadian dan konsep diri. Sedangkan, faktor eksternal antara lain: kebudayaan, kelas sosial, kelompok-kelompok sosial, referensi dan keluarga.

Sikap terhadap uang termasuk dalam faktor internal yang mana terdapat proses belajar dari individu tersebut. Uang disikapi berbeda setiap individu, seseorang sudah tidak hanya menghubungkan uang dengan nilai, kegunaan dan kekayaan, namun juga menghubungkan

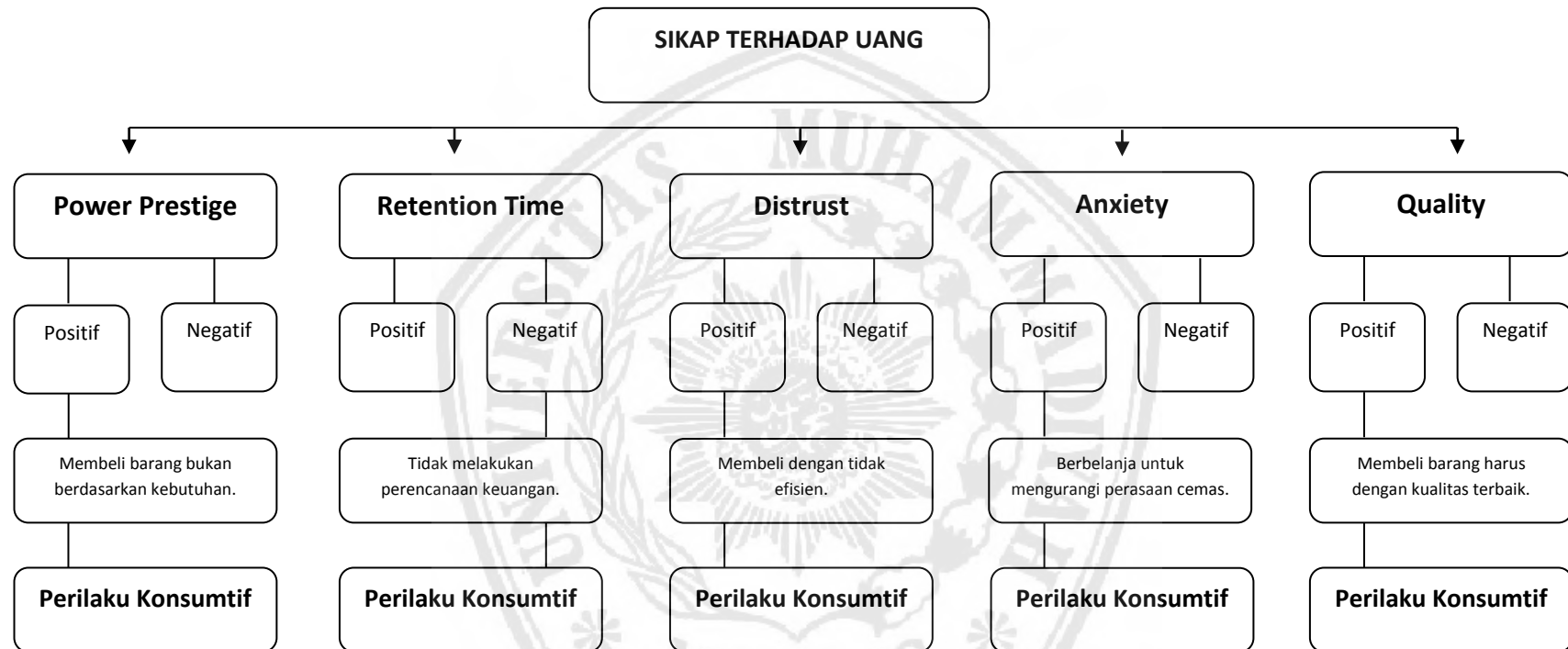
dengan berbagai macam arti dan emosi. Terdapat 5 dimensi dari sikap terhadap uang diantaranya; *Power Prestige*, *Retention Time*, *Distrust*, *Anxiety* dan *Quality*.

Setiap remaja memiliki cara yang beragam dalam menyikapi sebuah uang, mereka yang menyikapi uang sebagai *power-prestige*, maka akan meyakini bahwa uang merupakan simbol dari kekuasaan atau kekuatan untuk dapat membuat orang lain terkesan. Jika sikap individu positif pada dimensi ini, maka cenderung memiliki perilaku konsumtif karena remaja akan membeli barang-barang yang bukan berdasarkan kebutuhan, namun hanya untuk mendapat pengakuan atau membuat orang lain terkesan. Sedangkan, sikap individu yang negatif pada dimensi ini, akan sebaliknya yaitu cenderung tidak memiliki perilaku konsumtif. Dimensi *retention time*, maka akan mengacu pada perilaku membelanjakan uang perlu melakukan perencanaan. Jika sikap individu positif pada dimensi ini, maka cenderung membuat remaja tidak akan memiliki perilaku konsumtif, akan menjadi sebaliknya jika sikap individu negatif pada dimensi ini, maka akan cenderung memiliki perilaku konsumtif.

Dimensi *distrust*, mengacu pada adanya rasa curiga atau waspada dalam hal yang berhubungan dengan uang. Jika sikap individu positif pada dimensi ini, maka cenderung memiliki perilaku konsumtif. Berbeda jika sikap individu negatif, maka cenderung tidak memiliki perilaku konsumtif. Dimensi *anxiety*, mengacu uang dapat menimbulkan kecemasan dan dapat memberikan perlindungan. Perilaku konsumtif ini spontan dilakukan seseorang untuk mengurangi ketengangan dalam memegang uang. Jika sikap individu positif pada dimensi ini, maka cenderung memiliki perilaku konsumtif. Jika sikap individu negatif pada dimensi ini, maka remaja cenderung tidak memiliki perilaku konsumtif.

Dimensi *quality*, mengacu kepada mengedepankan unsur-unsur kualitas pada hidup dengan memilih barang-barang dengan kualitas baik sebagai kriteria utama. Agar keberadaannya diakui oleh lingkungan sekitar, orang akan memperhatikan kualitas barang yang akan dia beli tanpa memperhatikan harga barang tersebut. Jika sikap individu positif pada dimensi ini, maka cenderung memiliki perilaku konsumtif. Jika sikap individu negatif pada dimensi ini, maka cenderung tidak memiliki perilaku konsumtif. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan jika sikap terhadap uang memiliki pengaruh pada perilaku konsumtif pada remaja.

KERANGKA BERFIKIR



Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah ada pengaruh sikap terhadap uang (*power-prestige*, *retention time*, *distrust*, *anxiety* dan *quality*) pada perilaku konsumtif remaja.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan kuantitatif non-eksperimen, dengan pendekatan kuantitatif korelasional, dengan teknik analisis regresi. Teknik pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan analisa data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugioyo, 2014), sedangkan teknik analisis regresi adalah teknik yang digunakan untuk memprediksi atau meramalkan suatu nilai variabel terikat berdasarkan variabel bebas (Priyatno, 2012).

Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek adalah remaja di kota Malang dengan rentang Usia 17-21 tahun (Monks dkk, 2002). Alasan menggunakan populasi subjek remaja pada penelitian ini, karena remaja adalah masa transisi dari masa anak-anak menuju dewasa, yang mana karakteristik remaja yang masih mudah terpengaruh oleh apa yang sedang disukai dilingkungannya dan remaja yang dituntut untuk bisa menjadi mandiri di masa ini. Oleh karena itu, peneliti ingin melihat bagaimana sikap terhadap uang pada remaja. Sampel dalam penelitian ini menggunakan *Sampling Purposive* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. (Sugiyono, 2014). Sample dalam penelitian ini berjumlah 268 orang.

Variabel dan Instrumen Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Sikap Terhadap Uang dan Perilaku Konsumtif. Di mana variabel terikat dari penelitian ini adalah Perilaku Konsumtif dan variabel bebas dari penelitian ini adalah Sikap Terhadap Uang.

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif adalah perilaku membeli barang yang berlebihan dan sudah tidak hanya didasari oleh sebuah pertimbangan pembelian dari kegunaannya, namun juga dari sisi kepuasan hasrat dan kenyamanan fisik yang bersifat berlebihan. Perilaku konsumtif dilihat dari 8 aspek, yaitu: Membeli produk karena iming-iming hadiah, Membeli produk karena kemasannya menarik, Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya), Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, dan Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah sikap terhadap uang. Sikap terhadap uang adalah wujud perilaku yang timbul sebagai pemahaman seseorang terhadap manfaat kepemilikan, kegunaan dan makna simbolis dari uang yang mempengaruhi pembelian seseorang. Sikap terhadap uang dilihat berdasarkan 5 dimensi, yaitu: *power prestige*, *retention time*, *distrust*, *anxiety* dan *quality*.

Adapun instrumen penelitian ini menggunakan dua instrumen, yaitu instrumen untuk mengukur perilaku konsumtif yang kemudian dinamakan skala perilaku konsumtif yang diadaptasi dari penelitian yang dilakukan oleh Hotpascaman (2010) dengan validitas sebesar 0.327-0.685 dan koefisien (α) sebesar 0.930. Kemudian, instrumen untuk mengukur sikap terhadap uang yang kemudian dinamakan skala sikap terhadap uang yang diadaptasi dari penelitian yang dilakukan oleh Apriani (2015) dengan validitas sebesar 0.309-0.579 dan koefisien (α) sebesar 0.872.

Tabel 1. Indeks Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur Penelitian

Alat Ukur	Jumlah Item Diuji	Jumlah Item Valid	Indeks Validitas	Cronbach's Alpha (α)
Skala Sikap Terhadap Uang	40	24	0.205 – 0.520	0.814
Skala Perilaku Konsumtif	40	33	0.263 – 0.691	0.915

Berdasarkan Tabel 1, skala sikap terhadap uang antara saat sebelum diujikan berjumlah 40 item, setelah diujikan didapatkan 24 item yang valid. Indeks validitas skala sikap terhadap uang berkisar 0.205 – 0.520 dengan koefisien (α) 0.814. Sedangkan skala perilaku konsumtif memiliki 40 item sebelum diujikan dan setelah diujikan didapatkan 33 item yang valid. Untuk indeks validitas skala perilaku konsumtif berkisar antara 0.263 – 0.691 dengan koefisien (α) 0.915.

Skala ini disusun dengan menggunakan skala Likert, yaitu metode yang digunakan untuk mengukur sikap. Skala ini terdiri dari empat alternatif pilihan jawaban, yaitu: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Item-item yang dapat terdapat pada skala terdiri dari item yang bersifat *favourable* dan *unfavourable* terhadap atribut yang diukur. Sifat dari item tersebut yang menentukan skor yang diberikan.

Pemberian skor item *favourable*, yaitu untuk jawaban Sangat Setuju (SS) diberikan skor 4, Setuju (S) diberi skor 3, Tidak Setuju (TS) diberi skor 2, Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1. Sedangkan pada item *unfavourable* pemberian skornya adalah untuk jawaban Sangat Setuju (SS) diberikan skor 1, Setuju (S) diberi skor 2, Tidak Setuju (TS) diberi skor 3, Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 4.

Prosedur dan Analisa Data

Penelitian ini diawali dengan pembuatan proposal penelitian, setelah itu merancang instrumen penelitian atau skala yaitu sikap terhadap uang dan perilaku konsumtif. Selanjutnya penyebaran skala kepada sampel penelitian untuk mencari data tryout sebelum melanjutkan pada penelitian. Data mentah yang didapatkan diskoring pada masing-masing jawaban subjek kemudian dilakukan analisis data untuk mencari validitas dan reliabilitas pada kedua skala penelitian.

Setelah mengetahui hasil uji validitas dan reliabilitas, maka kedua skala siap digunakan untuk penelitian. Proses penelitian dilakukan dengan memberikan satu persatu skala kepada subjek penelitian yaitu remaja dengan rentan usia 17-21 tahun.

Setelah data terkumpul sebanyak 268 subjek, dilakukan skoring dari jawaban masing-masing subjek dan dilakukan entry data, selanjutnya proses analisa data. Proses ini peneliti menggunakan alat bantu statistik software SPSS for windows. Selanjutnya, data yang sudah dikumpulkan dianalisa dengan Teknik Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk memprediksi seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil pengambilan data kepada remaja rentan usia 17-21 tahun, dengan jumlah subjek 268 orang. Berdasarkan teknik pengambilan data *purposive sampling* yang diperoleh dari beberapa universitas ternama di Malang menunjukkan gambaran subjek penelitian sebagai berikut:

Tabel 2. Karakteristik Subjek Penelitian

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Laki-laki	134	50%
Perempuan	134	50%
17 Tahun	7	2%
18 Tahun	40	15%
19 Tahun	53	20%
20 Tahun	70	26%
21 Tahun	98	37%
Total	268	100%

Berdasarkan Tabel 2, subjek dalam penelitian ini adalah remaja laki-laki dan perempuan dengan jumlah yang sama yaitu 134. Usia subjek yang telah berkontribusi dalam penelitian ini adalah dari usia 16 tahun sampai 21 tahun dengan jumlah yang berbeda. Usia 21 tahun dengan jumlah terbanyak berkontribusi dalam penelitian ini dengan presentase 37% (98 responden), kemudian usia 16 tahun adalah jumlah tersedikit dalam kontribusi di penelitian ini dengan presentase 1% (3 responden).

Berdasarkan hasil uji normalitas *kolmogorov-Smirnov* pada sikap terhadap uang dan perilaku konsumtif pada remaja didapatkan nilai $p=0.849$ ($p>0.05$) yang menyatakan bahwa variabel yang diteliti berkontribusi normal karena nilainya berada di atas 0.05. Jadi, hasil uji normalitas dengan menggunakan metode *kolmogorov-Smirnov* menunjukkan bahwa variabel yang diteliti yaitu sikap terhadap uang dan perilaku konsumtif pada remaja berkontribusi normal.

Berdasarkan uji linearitas sikap terhadap uang dan perilaku konsumtif pada remaja didapatkan nilai $F=260.618$ dan nilai $p=0.000$ ($p<0.05$) sehingga dapat dikatakan bahwa variabel sikap terhadap uang dan perilaku konsumtif dalam penelitian ini memiliki korelasi yang linear.

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Sikap Terhadap Uang (*power prestige, retention time, distrust, anxiety, quality*) terhadap Perilaku Konsumtif Remaja.

	<i>F</i>	<i>p</i>
<i>Power Prestige</i>		
Regression	167.587	0.000
<i>Retention Time</i>		
Regression	83.554	0.000
<i>Distrust</i>		
Regression	62.401	0.000
<i>Anxiety</i>		
Regression	52.060	0.000
<i>Quality</i>		
Regression	49.338	0.000

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil uji regresi, menunjukkan bahwa nilai sikap terhadap uang berpengaruh pada perilaku konsumtif pada remaja. Hal ini dibuktikan dengan melihat nilai dari signifikansi F $0.000 < \text{signifikansi alpha } 0.05$ yang artinya terdapat pengaruh sikap terhadap uang pada perilaku konsumtif remaja.

Tabel 4. Nilai *Pearson Correlation* Sikap Terhadap Uang pada Perilaku Konsumtif

	<i>r</i>	<i>p</i>
Perilaku Konsumtif	1.000	
<i>Power Prestige</i>	0.622	0.000
<i>Retention Time</i>	0.016	0.396
<i>Distrust</i>	0.339	0.000
<i>Anxiety</i>	0.480	0.000
<i>Quality</i>	0.494	0.000

Berdasarkan hasil analisa data yang ditunjukkan pada Tabel 4, diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (r) *power prestige* sebesar 0.622, *retention time* sebesar 0.016, *distrust* sebesar 0.339, *anxiety* sebesar 0.480, dan *quality* sebesar 0.494. Pada hasil penelitian data diperoleh nilai signifikansi 0.000 terdapat pada empat dimensi yaitu *power prestige, distrust, anxiety, quality* di mana nilai lebih kecil dari taraf signifikansi ($0.000 < 0.05$). Kemudian, nilai signifikansi dari dimensi *retention time* diperoleh 0.396 di mana nilai lebih besar dari taraf signifikansi ($0.396 > 0.05$). Sehingga dapat diketahui bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara *power prestige, distrust, anxiety* dan *quality* terhadap perilaku konsumtif remaja. Untuk dimensi *retention time* dapat diketahui bahwa tidak ada hubungan yang signifikan terhadap perilaku konsumtif remaja.

Tabel 5. Nilai Determinasi Dimensi Sikap Terhadap Uang pada Perilaku Konsumtif

Kategori	Determinasi
<i>Power Prestige</i>	38.7%
<i>Retention Time</i>	0%
<i>Distrust</i>	2.8%
<i>Anxiety</i>	2.7%
<i>Quality</i>	4.3%

Berdasarkan uji regresi pada Tabel 5, yang dilakukan pada sikap terhadap uang (*power prestige*) dan perilaku konsumtif pada remaja, didapatkan hasil koefisien determinasi sebesar $r^2=0.387$ atau sebesar 38.7%. Selanjutnya, didapatkan hasil koefisien determinansi antara *retention time* dengan perilaku konsumtif pada remaja sebesar $r^2=0.000$ atau sebesar 0%. Selanjutnya, didapatkan hasil koefisien determinasi antara *distrust* dengan perilaku konsumtif pada remaja sebesar $r^2=0.028$ atau sebesar 2.8%. Selanjutnya, didapatkan hasil koefisien determinasi antara *anxiety* dengan perilaku konsumtif pada remaja sebesar $r^2=0.027$ atau sebesar 2.7%. Terakhir, didapatkan hasil koefisien determinasi antara *quality* dengan perilaku konsumtif pada remaja sebesar $r^2=0.043$ atau sebesar 4.3%. Dengan hasil ini dapat dikatakan jika pengaruh sikap terhadap uang pada perilaku konsumtif remaja berkontribusi sebesar 48.5% dan 51.5% disebabkan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DISKUSI

Pada lima dimensi sikap terhadap uang dengan perilaku konsumtif, hasil uji regresi menunjukkan bahwa ada pengaruh antara dimensi *power prestige*, *distrust*, *anxiety* dan *quality* dengan perilaku konsumtif pada remaja. Pada dimensi *retention time* dengan perilaku konsumtif pada remaja menunjukkan tidak ada pengaruh yang signifikan pada perilaku konsumtif remaja.

Dimensi *power prestige* berkontribusi mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja dengan prosentase 38.7%, dikarenakan terdapat tiga faktor dari sikap terhadap uang yang memiliki hubungan kuat terhadap perilaku kompulsif dan pengeluaran yang berlebihan, yaitu; “*power prestige*, *distrust* dan *anxiety*”. (Chi & Benarjee, 2013). *Power prestige* pun setuju dengan teori sosial mengenai individu yang memiliki dominan, dimensi ini cukup bersaing untuk menunjukkan status sosial melalui kemampuan membeli baik barang ataupun jasa. (Phau & Woo, 2008). Remaja yang terobsesi kepada *power prestige* akan cenderung menghabiskan uang lebih cepat dan mendapatkan panggilan sifat yang tidak baik misalnya perilaku kompulsif. (Phau & Woo, 2008). Adapun mengapa *power prestige* ini menjadi dimensi yang paling berkontribusi mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja dikarenakan, remaja merupakan usia peralihan dari usia anak-anak menuju usia dewasa, (Hurlock, 1997). Masa di mana individu sedang mencari tahu jati dirinya, masa ini mudah untuk mengikuti apa yang sedang digemari oleh remaja lainnya.

Maka dari itu, hasil yang diperoleh peneliti mempunyai kesamaan dengan penelitian yang dilakukan Phau & Woo jika remaja yang berorientasi pada *power prestige*, akan menunjukkan bahwa sumber kekuatan dan penghargaannya diperoleh melalui penggunaan uang, semakin banyak uang yang dimilikinya maka semakin besar juga pengaruh yang didapatkannya, sehingga remaja dengan sikap *power prestige* akan memiliki perilaku konsumtif.

Dimensi *retention time* tidak memiliki kontribusi pada perilaku konsumtif pada remaja, dengan prosentase 0%. Dikarenakan, *retention time* menunjukkan lebih kepada arah untuk merencanakan pengelolaan uang, menyimpan uang untuk digunakan untuk keperluan yang lebih berguna dari pada menggunakan hanya untuk hal yang tidak mendesak. Individu yang memiliki dominan pada *retention time* cenderung memiliki harga diri yang tinggi, biasanya memegang nilai yang tinggi kepada perencanaan keuangan yang hati-hati untuk masa depannya. (Phau & Woo, 2008). Remaja yang berorientasi *retention time* menunjukkan bahwa uang mampu memberikan keamanan dan juga status yang lebih baik untuk masa depan, sehingga mereka lebih memilih untuk melakukan tindakan yang terencana, seperti

menabung atau melakukan investasi untuk merencanakan perilaku membeli untuk keamanan keuangan di masa depan. Jadi, remaja dengan orientasi *retention time* cenderung tidak berperilaku konsumtif.

Dimensi *distrust* berkontribusi mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja dengan prosentase 2.8%. Remaja yang berorientasi *distrust*, menunjukkan bahwa kemampuan individu kurang dalam melakukan pembelian yang efisien, kemudian juga ada keragu-raguan individu pada pengolahan uang. Dimensi *anxiety* berkontribusi mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja dengan prosentase 2.7%. Dikarenakan, kecemasan memprovokasi spontanitas dan mendorong konsumen untuk mengurangi ketegangan, yang mengarahkan konsumsi berlebihan yaitu konsumtif. (Phau & Woo, 2008). Remaja yang berorientasi *anxiety* menggunakan uang untuk melindungi dirinya dari ancaman atau menggunakan uang hanya untuk menghilangkan ancaman saat mereka mempunyai uang. Uang dipandang sebagai sumber kegelisahan dan sumber perlindungan dari kegelisahan, remaja akan memilih berperilaku konsumtif demi terhindar dari rasa cemas.

Dimensi *quality* berkontribusi mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja dengan prosentase 4.3%. Dikarenakan unsur-unsur kualitas pada hidup yang memilih barang-barang dengan kualitas yang baik adalah sebagai kriteria utama. Remaja yang berorientasi *quality* percaya, mendapatkan hal yang terbaik atau mendapatkan barang kualitas terbaik dengan membayar dengan jumlah yang banyak pula. Fungsinya untuk menunjukkan kualitas dirinya.

Taneja (2012), menyatakan bahwasannya setiap individu berbeda-beda dalam menyikapi uang, menyikapi uang dipengaruhi oleh banyak faktor misalnya saja dari pengalaman saat masih berada di masa kanak-kanak, pendidikan, keuangan, status sosial, lingkungan sosial ekonomi dan keluarga. Hasil penelitian menunjukkan bahwasannya dimensi *power prestige* memiliki kontribusi karena seperti pada pengertian *power prestige* sendiri, di mana uang menjadi sebuah alat kekuasaan atau sebagai simbol kesuksesan. Jadi, adanya keinginan untuk mendapatkan kekuatan yang lebih atau status yang lebih baik dari pada orang lain berkaitan dengan uang. Dimensi *retention time* tidak memiliki kontribusi karena lebih mempunyai perencanaan yang lebih matang terhadap keuangan individu, memikirkan masa depan yang jauh lebih baik dari pada hanya untuk menunjukkan status yang baik di masa saat ini.

Dimensi *distrust* menunjukkan bahwasannya memiliki kontribusi karena dimensi ini menunjukkan keragu-raguan kemampuan seseorang dalam pengeluaran uang. Dimensi *anxiety* menunjukkan bahwasannya memiliki kontribusi karena kecemasan dari seseorang yang memprovokasi spontanitas kemudian mendorong seseorang untuk mengurangi ketegangan dalam bentuk perilaku konsumtif. Dimensi *quality* menunjukkan bahwasannya memiliki kontribusi karena seseorang mempercayai bahwasannya mendapatkan barang dengan kualitas terbaik maka akan menunjukkan mengenai kualitas dirinya, sehingga seseorang akan membeli beli barang-barang yang terbaik meskipun dengan harga berapapun untuk sebuah kualitas diri.

Berdasarkan penjelasan yang sudah dipaparkan di atas, menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan sikap terhadap uang pada perilaku konsumtif remaja. *Power prestige* sebagai dimensi yang paling kuat mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja.

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan kepada 268 remaja berusia 17-21 tahun, menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan sikap terhadap uang pada perilaku konsumtif remaja. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang ditinjau pada sikap terhadap uang pada perilaku konsumtif remaja.

Implikasi penelitian bagi remaja, mahasiswa atau masyarakat lain yaitu remaja yang berorientasi *power prestige*, sebaiknya menyikapi bahwasannya uang tidak semata-mata untuk menunjukkan kekuasaan yang sifatnya negatif, uang menunjukkan kekuasaan bagi diri sendiri yang memegang uang tersebut. Menunjukkan bahwa uang tidak hanya semata-mata untuk menunjukkan kekuatan, begitu juga uang belum tentu bisa menunjukkan kesuksesan. Pada akhirnya jika uang habis untuk menunjukkan kekuasaan dalam kepemilikan uang, maka akan berdampak kepada sosial remaja itu, kemudian dari sisi psikologis yang menimbulkan depresi dan kecemasan karena tidak memiliki uang untuk mengikuti keinginannya dalam berperilaku konsumtif.

Dari penjelasan yang sudah dipaparkan di atas, peneliti masih mempunyai kekurangan, di mana peneliti belum membuat penelitian menjadi lebih bervariasi. Saran kepada peneliti selanjutnya mungkin dapat meneliti dengan variabel yang berbeda seperti, pengaruh sikap terhadap uang pada perilaku konsumtif remaja laki-laki atau perempuan, seberapa pengaruh sikap terhadap uang pada perilaku konsumtif dilihat dari status sosial individu, pengaruh sikap terhadap uang pada remaja sudah pernah bekerja dengan yang belum pernah bekerja. Peneliti juga mengakui jika mungkin penggunaan kata-kata dalam skala masih ada yang kurang dipahami oleh subjek, harapannya untuk peneliti selanjutnya dapat menjadikan acuan dalam mempertimbangkan penelitian selanjutnya.

Daftar Pustaka

- Apriany, Nur. (2015). Intensi Berhutang Ditinjau Dari Sikap Terhadap Uang Pada Mahasiswa Perantau. *Skripsi*. Malang: Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang.
- Ariesny, S. P. (2007). Hubungan Antara Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif Remaja Putri dalam Pembelian Kosmetik melalui Katalog di SMA Negeri 1 Semarang. *Skripsi*. Semarang: Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro Semarang.
- Chi, Y. N., dan Benarjee, G. (2013). Empirical Analysis of Bicultural Border College Students' Attitudes Toward Money. *Journal of Applied Business and Economics*. 14 (3), 70-82.
- Elias G, Rizkallah., dan Truong, Andrew. (2010). Consumptive Behavior, Promotional Preferences, And Shopping Patterns Of Hispanic Americans: An Empirical Perspective. *Journal of Business & Economics Research*. 8 (4), 111-122.
- Engel, B., dan Miniard. (1994). *A socially Hamful Stereotype*. In d. C. Reading In *Psychological Development Through Live*, Holt, York.
- Enrico, Aldo., Aron, Ritchie., Oktavia, Weriye. (2014). The Factors Influenced Consumptive Behavior: A Survey of University Students in Jakarta. *International Journal of Scientific and Research Publications*. 4 (1), 1-6
- Falahati, Leila., Dan Hj.Paim, Laily. (2011). A Comparative Study in Money Attitude among University Students: A Gendered View. *Journal of American Science*. 7 (6), 1144-1148.
- Hotpascaman. (2010). Hubungan Antara Perilaku Konsumtif dengan Konformitas pada Remaja. *Skripsi*. Sumatera Utara: Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara.
- Hurlock, E. B. (1997). *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentan Kehidupan*. Alih Bahasa: Istiwidayanti dan Soedjarwo. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lejoyeux, Michel., Richoux-Benhaim, Charlotte., Betizeau, Annabelle., Lequen, Valerie., Lohnhardt, Hannah. (2011). Money Attitude, Self-Esteem and Compulsive Buying in A Population of Medical Students. *Original Reasearch Article*. 2 (13), 1-5.
- Li, Dongjin. Jiang, Ying. An, Shenghui. Shen, Zhe. Jin, Wenji. (2009). *The Influence of Money Attitudes On Young Chinese Consumers Compulsive Buying*. Emerald Group.
- Loudon, D. L., dan Bitta, D.N. (1993). *Consumer Behavior : Concepts and Applications*. 4th ed. New York: McGraw-Hill, Inc.
- Marketeers. (2015, Desember 14). Anak muda makin gemar belanja online dan meleak keuangan. Diakses Oktober 20, 2016 [on-line]. <http://marketeers.com/anak-muda-makin-gemar-belanja-online-dan-melek-keuangan/>
- Monks, F.J., dkk. (2002). *Psikologi Perkembangan: Pengantar Dalam Berbagai Bagiannya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

- Phau, I., dan Woo, C. (2008). Understanding compulsive buying tendencies among young Australians: The roles of money attitudes and credit card usage. *Marketing Intelligence and Planning*. 26 (5), 441-458.
- Priyatno, D. (2012). *Belajar cepat olah data statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Roberts, James A., dan Jones, Eli. (2001). Money Attitudes, Credit Card Use, and Compulsive Buying among American College Students. *The Journal of Consumer Affairs*. 35 (2), 213-240.
- Santrock. (2003). *Life-Span Development Seventh Edection*. New York: Mc Graw-Hill Companies, Inc
- Sarwono, Sarlito. (2000). *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Setyawan, Wisnu, (2011). Pengaruh Literasi Keuangan, Variabel Demografi, dan Money Attitude Scale terhadap Perilaku Penggunaan ATM Mahasiswa. *Skripsi*. Salatiga: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga.
- Shohib, M. (2015). Sikap terhadap uang dan perilaku berhutang. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*. Fakultas Psikologi Unversitas Muhammadiyah Malang. (3) 1, 132-143.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatuf, dan R & D*. Bandung: CV Alfabeta
- Sulis, S. S. (2013). Perilaku Konsumtif Berdasarkan Faktor Demografi Money Attitude Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana. *Skripsi*. Salatiga: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga.
- Sumartono, (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong imbas pesan Iklan Televisi*. Bandung: Penerbit Alfabet
- Taneja, R. M. (2012). Money attitude – an abridgement. *Journal of Arts, Science & Commerce*. 3 (3), 94-98.
- Yamauchi, Kent dan Donald Templer. (1982). The Development Of A Money Attitude Scale, *Journal Of Personality Assesment*. 46 (5), 522-528.



LAMPIRAN SKALA UJI COBA

SKALA A

Petunjuk Pengisian Skala

Berilah tanda **ceklist** (\checkmark) pada salah satu dari 4 kotak yang Anda anggap paling menggambarkan kondisi Anda.

1. Sangat Tidak Sesuai (STS)

3. Sesuai (S)

2. Tidak Sesuai (TS)

4. Sangat Sesuai (SS)

Contoh:

Cara Menjawab:

SS	S	TS	STS
\checkmark			

Periksalah kembali jawaban Saudara/i jangan sampai ada yang terlewatkan atau tidak terisi.

Selamat Mengerjakan

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1.	Saya menggunakan uang untuk mempengaruhi orang lain agar mau melakukan sesuatu untuk saya.				
2.	Saya melakukan perencanaan keuangan untuk masa depan.				
3.	Saya mengeluh tentang harga barang yang saya beli.				
4.	Saya terganggu ketika saya harus melewati penjualan murah.				
5.	Saya membeli produk-produk bermerek.				
6.	Saya akui bahwa saya membeli barang-barang karena saya tahu orang lain akan terkesan.				
7.	Saya menyimpan uang secara teratur untuk masa depan.				
8.	Saya merasa terganggu saat mengetahui bahwa barang ditempatkan lain lebih murah.				
9.	Saya menghabiskan uang untuk membuat diri saya merasa lebih baik.				
10.	Saya menghabiskan lebih banyak uang untuk mendapatkan yang terbaik.				
11.	Saya memiliki barang-barang mewah dalam rangka untuk mengesankan orang lain.				
12.	Saya menyimpan uang sekarang untuk mempersiapkan masa tua saya.				
13.	Setelah membeli sesuatu, saya bertanya-tanya apakah saya bisa mendapatkan hal yang sama dengan harga yang lebih murah di tempat lain.				
14.	Saya menunjukkan tanda-tanda gugup ketika saya tidak punya cukup uang.				
15.	Saya akan membayar lebih untuk sesuatu barang karena saya harus mendapatkan yang terbaik.				
16.	Saya bersikap uang adalah simbol utama dari kesuksesan.				
17.	Saya melacak penggunaan uang saya.				

18.	Jika ada yang menawari saya barang, saya secara otomatis mengatakan, “Saya tidak bisa membelinya”.				
19.	Saya menunjukkan perilaku cemas saat berhubungan dengan uang.				
20.	Saya membeli barang-barang yang paling mahal.				
21.	Saya harus mengakui bahwa saya terkadang membual tentang berapa banyak uang yang saya miliki.				
23.	Ketika saya membeli sesuatu, saya mengeluh tentang harga yang harus saya bayar.				
24.	Saya khawatir bahwa saya tidak akan aman secara finansial.				
25.	Saya suka membeli barang berdasarkan nama pada produk.				
26.	Orang yang saya kenal mengatakan bahwa saya terlalu menilai kesuksesan dinilai dari uang yang dimiliki.				
27.	Saya sangat berhati-hati dengan uang.				
28.	Saya ragu-ragu untuk menghabiskan uang, bahkan pada hal yang bersifat kebutuhan.				
29.	Sulit bagi saya untuk melewati barang-barang murah.				
30.	Saya tidak melihat harga suatu barang saat kualitas barang tersebut sudah terkenal kualitasnya.				
31.	Saya menunjukkan lebih rasa hormat kepada orang-orang yang memiliki uang melebihi saya.				
32.	Saya menyiapkan uang untuk menghadapi krisis ekonomi.				
33.	Saat saya melakukan pembelian besar, saya memiliki kecurigaan bahwa saya telah mengambil banyak keuntungan.				
34.	Saya cemas saat saya membawa uang dalam jumlah yang banyak.				
35.	Saya membeli produk dengan kualitas terbaik.				
36.	Saya sering mencoba untuk mencari tahu apakah orang lain memiliki uang yang lebih banyak daripada saya.				
37.	Saya akan menggunakan uang hanya untuk hal-hal yang tidak terduga.				
38.	Saya merasa bahagia saat harus menghabiskan uang, bahkan pada hal yang sifatnya tidak mendesak.				
39.	Saya berani saat harus membawa uang dalam jumlah yang banyak.				
40.	Saya membeli barang yang mahal demi mendapatkan kualitas yang baik.				

SKALA B

Petunjuk Pengisian Skala

Berilah tanda **ceklist** (\checkmark) pada salah satu dari 4 kotak yang Anda anggap paling menggambarkan kondisi Anda.

1. Sangat Tidak Sesuai (STS)

2. Tidak Sesuai (TS)

Contoh:

3. Sesuai (S)

4. Sangat Sesuai (SS)

Cara Menjawab:

SS	S	TS	STS
√			

Periksalah kembali jawaban Saudara/i jangan sampai ada yang terlewatkan atau tidak terisi.

Selamat Mengerjakan

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Saya berharap bingkisan gratis yang ditawarkan produk yang saya beli merupakan sesuatu yang saya inginkan.				
2	Saya suka berbelanja produk dengan bungkus yang unik dan lucu.				
3	Saya suka membeli produk yang membuat saya tampil lebih gaul.				
4	Saya rela mengeluarkan uang yang banyak demi produk-produk mewah.				
5	Saya meyakini jenis produk yang dibeli mencerminkan status pembelinya.				
6	Saya menyukai apapun yang menjadi kesukaan artis favorit saya.				
7	Saya meyakini, produk yang diiklankan figur publik adalah produk andalan.				
8	Saya sering memakai produk-produk keluaran terbaru, meskipun saya masih memiliki produk sejenis.				
9	Saya senang menggunakan produk yang memiliki promo undian.				
10	Saya senang membeli produk yang dibungkus dengan rapi.				
11	Saya hanya membeli produk dengan merek-merek ternama dan yang menjadi idaman banyak orang.				
12	Saya lebih bangga bila membeli barang-barang mahal.				
13	Menurut saya, elegan tidaknya seseorang mampu diwakili dari mahal tidaknya produk yang dikenakannya.				
14	Figur publik sangat menentukan produk apa yang akan saya gunakan.				
15	Saya meyakini bahwa semakin mahal produk, akan meningkatkan rasa percaya diri seseorang.				
16	Saya suka mencoba produk sejenis dari merek-merek yang berbeda.				
17	Bila suatu produk disertakan dengan “ <i>voucher gift</i> ”, saya cenderung akan membeli produk tersebut.				
18	Saya lebih memilih produk, bila produk tersebut dikemas sesuai warna favorit saya.				
19	Saya suka berbelanja produk demi menjaga penampilan tubuh saya.				
20	Menurut saya, produk mahal adalah produk yang menjamin kepuasan bagi pemiliknya.				
21	Saya bersedia mengeluarkan uang beberapapun untuk menjaga status yang melekat pada saya.				
22	Sedapat mungkin saya akan mengikuti dan meniru produk-				

	produk yang dikenakan olehidola saya.				
23	Saya sering kali membeli suatu barang karena iklannya yang menarik.				
24	Saya cenderung memakai produk yang berbeda sesuai <i>mood</i> saya.				
25	Saya berharap bila membeli suatu produk akan mendapatkan hadiah.				
26	Saya tertarik membeli produk yang memiliki kemasan yang menarik perhatian.				
27	Uang saya banyak terpakai untuk membeli produk-produk perawatan tubuh.				
28	Saya senang dengan produk yang berlabel diskon.				
29	Saya suka memakai produk-produk buatan luar negeri.				
30	Saya suka memakai produk yang diiklankan oleh artis favorit saya.				
31	Saya gemar membeli produk-produk mewah, karena mencerminkan kepribadian saya.				
32	Saya suka berganti produk sejenis dengan merek-merek terbaru.				
33	Saya akan tetap membeli suatu produk dengan harga berapapun jika memang saya akan mendapatkan hadiah saat saya membeli produk tersebut.				
34	Kemasan produk menentukan prioritas saya dalam berbelanja.				
35	Saya senang belanja produk yang mampu mengubah penampilan saya terlihat agar terlihat lebih keren di mata orang lain.				
36	Bila diperhadapkan pada dua produk, saya akan memilih produk yang termurah.				
37	Saya senang berbelanja produk yang hanya ada di pusat outlet tertentu saja.				
38	Saya akan tetap memakai pakaian seperti yang dikenakan oleh idola saya walaupun saya tidak menyukai model pakaiannya.				
39	Saya mampu tampil percaya diri walaupun saya menggunakan produk dengan harga yang standar ataupun cenderung murah.				
40	Saat saya sudah mempunyai suatu model dari produk, saya tidak akan membeli dengan model yang sama walaupun dari produk lain.				

LAMPIRAN *BLUE PRINT* SKALA UJI COBA

SIKAP TERHADAP UANG

INDIKATOR	PENJELASAN	PERNYATAAN	NO ITEM	JUMLAH
<i>Power-Prestige</i> (Rasa gengsi dan kekuasaan dari seseorang yang memiliki uang)	Menunjukkan bagaimana seseorang dalam penggunaan uang untuk mengesankan dan mempengaruhi orang lain dan sebagai simbol kesuksesan.	<ul style="list-style-type: none"> • Saya menggunakan uang untuk mempengaruhi orang lain agar mau melakukan sesuatu untuk saya. (F) • Saya akui bahwa saya membeli barang-barang karena saya tahu orang lain akan terkesan. (F) • Saya memiliki barang-barang mewah dalam rangka untuk mengesankan orang lain. (F) • Saya bersikap uang adalah simbol utama dari kesuksesan. (F) • Saya harus mengakui bahwa saya terkadang membual tentang berapa banyak uang yang saya miliki. (F) • Orang yang saya kenal mengatakan bahwa saya terlalu menilai kesuksesan dinilai dari uang yang dimiliki. (F) • Saya menunjukkan lebih rasa hormat kepada orang-orang yang memiliki uang melebihi saya. (F) • Saya sering mencoba untuk mencari tahu apakah orang lain memiliki uang yang lebih banyak daripada saya. (F) 	1 6 11 16 21 26 31 36	8
<i>Retention Time</i> (Keamanan untuk masa depan dan pengelolaan untuk)	Menunjukkan perilaku untuk masa depan yang memerlukan persiapan keuangan untuk jangka panjang.	<ul style="list-style-type: none"> • Saya melakukan perencanaan keuangan untuk masa depan. (F) • Saya menyimpan uang secara teratur untuk masa depan. (F) • Saya menyimpan uang sekarang untuk 	2 7 12 17 22	8

jangka panjang)		<p>mempersiapkan masa tua saya. (F)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Saya melacak penggunaan uang saya. (F) • Saya mengikuti anggaran keuangan secara hati-hati. (F) • Saya sangat berhati-hati dengan uang. (F) • Saya menyiapkan uang untuk menghadapi krisis ekonomi. (F) • Saya akan menggunakan uang hanya untuk hal-hal yang tidak terduga. (F) 	27 32 37	
<i>Distrust</i> (Kewaspadaan dalam pengeluaran uang)	Mempertahankan rasa ragu-ragu, curiga dan dipandang rendah dalam menerima situasi yang melibatkan uang.	<ul style="list-style-type: none"> • Saya mengeluh tentang harga barang yang saya beli. (F) • Saya merasa terganggu saat mengetahui bahwa barang ditempat lain lebih murah. (F) • Setelah membeli sesuatu, saya bertanya-tanya apakah saya bisa mendapatkan hal yang sama dengan harga yang lebih murah di tempat lain. (F) • Jika ada yang menawarkan saya barang, saya secara otomatis mengatakan, “Saya tidak bisa membelinya”. (F) • Ketika saya membeli sesuatu, saya mengeluh tentang harga yang harus saya bayar. (F) • Saya ragu-ragu untuk menghabiskan uang, bahkan pada hal yang bersifat kebutuhan. (F) • Saat saya melakukan pembelian besar, saya memiliki kecurigaan bahwa saya telah mengambil banyak keuntungan. (F) • Saya merasa bahagia saat harus menghabiskan uang, bahkan pada hal yang sifatnya tidak mendesak. (UF) 	3 8 13 18 23 28 33 38	8

<i>Anxiety</i> (Kecemasan dalam kepemilikan uang)	Menunjukkan perilaku seseorang sebagai memegang sikap bahwa uang adalah sumber dari kecemasan serta sebagai sumber perlindungan dari kecemasan.	<ul style="list-style-type: none"> • Saya terganggu ketika saya harus melewati penjualan murah. (F) • Saya menghabiskan uang untuk membuat diri saya merasa lebih baik. (F) • Saya menunjukkan tanda-tanda gugup ketika saya tidak punya cukup uang. (F) • Saya menunjukkan perilaku cemas saat berhubungan dengan uang. (F) • Saya khawatir bahwa saya tidak akan aman secara finansial. (F) • Sulit bagi saya untuk melewati barang-barang murah. (F) • Saya cemas saat saya membawa uang dalam jumlah yang banyak. (F) • Saya berani saat harus membawa uang dalam jumlah yang banyak. (UF) 	4 9 14 19 24 29 34 39	8
<i>Quality</i> (Menunjukkan kualitas hidup seseorang)	Menunjukkan seseorang ingin mendapatkan yang terbaik atau membayar paling besar untuk mendapatkan kualitas yang diinginkan.	<ul style="list-style-type: none"> • Saya membeli produk-produk bermerek. (F) • Saya menghabiskan lebih banyak uang untuk mendapatkan yang terbaik. (F) • Saya akan membayar lebih untuk sesuatu barang karena saya harus mendapatkan yang terbaik. (F) • Saya membeli barang-barang yang paling mahal. (F) • Saya suka membeli barang berdasarkan nama merk dari suatu produk. (F) • Saya tidak melihat harga suatu barang saat 	5 10 15 20 25 30 35 40	8

		kualitas barang tersebut sudah terkenal kualitasnya. (F) <ul style="list-style-type: none"> • Saya membeli produk dengan kualitas terbaik. (F) • Saya membeli barang yang mahal demi mendapatkan kualitas yang baik. (F) 		
TOTAL				40

PERILAKU KONSUMTIF

INDIKATOR	PENJELASAN	PERNYATAAN	NO ITEM	JUMLAH
Membeli produk karena iming-iming hadiah.	Membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.	<ul style="list-style-type: none"> • Saya berharap bingkisan gratis yang ditawarkan produk yang saya beli merupakan sesuatu yang saya inginkan. (F) • Saya senang menggunakan produk yang memiliki promo undian. (F) • Bila suatu produk disertakan dengan “<i>voucher gift</i>”, saya cenderung akan membeli produk tersebut. (F) • Saya berharap bila membeli suatu produk akan mendapatkan hadiah. • Saya akan tetap membeli suatu produk dengan harga berapapun jika memang saya akan mendapatkan hadiah saat saya membeli produk tersebut. (F) 	1 9 17 25 33	5
Membeli produk karena kemasannya menarik.	Membeli suatu produk hanya dengan melihat dari bungkus yang rapi dan dihias dengan warna-warna menarik.	<ul style="list-style-type: none"> • Saya suka berbelanja produk dengan bungkus yang unik dan lucu. (F) • Saya senang membeli produk yang dibungkus dengan rapi. (F) • Saya lebih memilih produk, bila produk tersebut dikemas sesuai warna favorit saya. (F) • Saya tertarik membeli produk yang memiliki kemasan yang menarik perhatian. (F) • Kemasan produk menentukan prioritas saya dalam 	2 10 18 26 34	5

		berbelanja. (F)		
Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.	Keinginan membeli yang tinggi dengan tujuan agar selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain.	<ul style="list-style-type: none"> • Saya suka membeli produk yang membuat saya tampil lebih gaul. (F) • Saya hanya membeli produk dengan merek-merek ternama dan yang menjadi idaman banyak orang. (F) • Saya suka berbelanja produk demi menjaga penampilan tubuh saya. (F) • Uang saya banyak terpakai untuk membeli produk-produk perawatan tubuh. (F) • Saya senang belanja produk yang mampu mengubah penampilan saya terlihat agar terlihat lebih keren di mata orang lain. (F) 	3 11 19 27 35	5
Membeli produk atas pertimbangan harga.	Kecenderungan berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.	<ul style="list-style-type: none"> • Saya rela mengeluarkan uang yang banyak demi produk-produk mewah. (F) • Saya lebih bangga bila membeli barang-barang mahal. (F) • Menurut saya, produk mahal adalah produk yang menjamin kepuasan bagi pemiliknya. (F) • Saya senang dengan produk yang berlabel diskon. (UF) • Bila diperhadapkan pada dua produk, saya akan memilih produk yang termurah. (UF) • Saya mampu tampil percaya diri walaupun saya menggunakan produk dengan harga yang 	4 12 20 28 36 39	5
Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.	Kemampuan membeli yang tinggi sehingga dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang tinggi.	<ul style="list-style-type: none"> • Saya meyakini jenis produk yang dibeli mencerminkan status pembelinya. (F) • Menurut saya, elegan tidaknya seseorang mampu diwakili dari mahal tidaknya produk yang dikenakannya. (F) • Saya bersedia mengeluarkan uang beberapapun untuk menjaga status yang melekat pada saya. (F) 	5 13 21 29 37	5

		<ul style="list-style-type: none"> • Saya suka memakai produk-produk buatan luar negeri. (F) • Saya senang berbelanja produk yang hanya ada di pusat outlet tertentu saja. (F) 		
Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.	Meniru perilaku tokoh yang diidolakan dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya.	<ul style="list-style-type: none"> • Saya menyukai apapun yang menjadi kesukaan artis favorit saya. (F) • Figur publik sangat menentukan produk apa yang akan saya gunakan. (F) • Sedapat mungkin saya akan mengikuti dan meniru produk-produk yang dikenakan oleh idola saya. (F) • Saya suka memakai produk yang diiklankan oleh artis favorit saya. (F) • Saya akan tetap memakai pakaian seperti yang dikenakan oleh idola saya walaupun saya tidak menyukai model pakaiannya. (F) 	6 14 22 30 38	5
Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.	Mencoba suatu produk karena percaya apa yang dikatakan oleh iklan yaitu dapat menumbuhkan rasa percaya diri.	<ul style="list-style-type: none"> • Saya meyakini, produk yang diiklankan figur publik adalah produk andalan. (F) • Saya meyakini bahwa semakin mahal produk, akan meningkatkan rasa percaya diri seseorang. (F) • Saya sering kali membeli suatu barang karena iklannya yang menarik. (F) • Saya gemar membeli produk-produk mewah, karena mencerminkan kepribadian saya. (F) 	7 15 23 31	5
Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda)	Menggunakan produk jenis sama dengan merek berbeda dari produk sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis terpakai.	<ul style="list-style-type: none"> • Saya sering memakai produk-produk keluaran terbaru, meskipun saya masih memiliki produk sejenis. (F) • Saya suka mencoba produk sejenis dari merek-merek yang berbeda. (F) • Saya cenderung memakai produk yang berbeda sesuai <i>mood</i> saya. (F) • Saya suka berganti produk sejenis dengan merek-merek terbaru. (F) 	8 16 24 32	5

		<ul style="list-style-type: none"> Saat saya sudah mempunyai suatu model dari produk, saya tidak akan membeli dengan model yang sama walaupun dari produk lain. (UF) 		
TOTAL				40



LAMPIRAN SKALA PENELITIAN

SKALA A

Petunjuk Pengisian Skala

Berilah tanda **ceklist** (\checkmark) pada salah satu dari 4 kotak yang Anda anggap paling menggambarkan kondisi Anda.

1. Sangat Tidak Sesuai (STS)

3. Sesuai (S)

2. Tidak Sesuai (TS)

4. Sangat Sesuai (SS)

Contoh:

Cara Menjawab:

STS	TS	S	SS
\checkmark			

Periksalah kembali jawaban Saudara/i jangan sampai ada yang terlewatkan atau tidak terisi.

NO	PERNYATAAN	STS	TS	S	SS
1.	Saya menggunakan uang untuk mempengaruhi orang lain agar mau melakukan sesuatu untuk saya.				
2.	Saya akan menggunakan uang hanya untuk hal-hal yang tidak terduga.				
3.	Saya merasa terganggu saat mengetahui bahwa barang ditempat lain lebih murah.				
4.	Saya terganggu ketika saya harus melewati penjualan murah.				
5.	Saya menghabiskan lebih banyak uang untuk mendapatkan yang terbaik.				
6.	Saya akui bahwa saya membeli barang-barang karena saya tahu orang lain akan terkesan.				
7.	Ketika saya membeli sesuatu, saya mengeluh tentang harga yang harus saya bayar.				
8.	Saya menghabiskan uang untuk membuat diri saya merasa lebih baik.				
9.	Saya akan membayar lebih untuk sesuatu barang karena saya harus mendapatkan yang terbaik.				
10.	Saya memiliki barang-barang mewah dalam rangka untuk mengesankan orang lain.				
11.	Saat saya melakukan pembelian besar, saya memiliki kecurigaan bahwa saya telah mengambil banyak keuntungan.				
12.	Saya menunjukkan tanda-tanda gugup ketika saya tidak punya cukup uang.				
13.	Saya membeli barang-barang yang paling mahal.				
14.	Saya bersikap uang adalah simbol utama dari kesuksesan.				
15.	Saya menunjukkan perilaku cemas saat berhubungan dengan uang.				
16.	Saya suka membeli barang berdasarkan nama merk dari suatu produk.				
17.	Saya harus mengakui bahwa saya terkadang membual				

	tentang berapa banyak uang yang saya miliki.				
18.	Saya khawatir bahwa saya tidak akan aman secara finansial.				
19.	Saya tidak melihat harga suatu barang saat kualitas barang tersebut sudah terkenal kualitasnya.				
20.	Orang yang saya kenal mengatakan bahwa saya terlalu menilai kesuksesan dinilai dari uang yang dimiliki.				
21.	Sulit bagi saya untuk melewati barang-barang murah.				
22.	Saya membeli produk dengan kualitas terbaik.				
23.	Saya menunjukkan lebih rasa hormat kepada orang-orang yang memiliki uang melebihi saya.				
24.	Saya sering mencoba untuk mencari tahu apakah orang lain memiliki uang yang lebih banyak daripada saya.				

SKALA B

Petunjuk Pengisian Skala

Berilah tanda ceklist (☒) pada salah satu dari 4 kotak yang Anda anggap paling menggambarkan kondisi Anda.

1. Sangat Tidak Sesuai (STS)

3. Sesuai (S)

2. Tidak Sesuai (TS)

4. Sangat Sesuai (SS)

Contoh:

Cara Menjawab:

STS	TS	S	SS
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Periksalah kembali jawaban Saudara/i jangan sampai ada yang terlewatkan atau tidak terisi.

NO	PERNYATAAN	STS	TS	S	SS
1.	Saya senang menggunakan produk yang memiliki promo undian.				
2.	Saya suka berbelanja produk dengan bungkus yang unik dan lucu.				
3.	Saya suka membeli produk yang membuat saya tampil lebih gaul.				
4.	Saya rela mengeluarkan uang yang banyak demi produk-produk mewah.				
5.	Saya meyakini jenis produk yang dibeli mencerminkan status pembelinya.				
6.	Saya menyukai apapun yang menjadi kesukaan artis favorit saya.				
7.	Saya meyakini, produk yang diiklankan figur publik adalah produk andalan.				
8.	Saya sering memakai produk-produk keluaran terbaru, meskipun saya masih memiliki produk sejenis.				
9.	Bila suatu produk disertakan dengan “ <i>voucher gift</i> ”, saya cenderung akan membeli produk tersebut.				
10.	Saya senang membeli produk yang dibungkus dengan rapi.				
11.	Saya hanya membeli produk dengan merek-merek ternama dan yang menjadi idaman banyak orang.				

12.	Saya lebih bangga bila membeli barang-barang mahal.				
13.	Menurut saya, elegan tidaknya seseorang mampu diwakili dari mahal tidaknya produk yang dikenakannya.				
14.	Figur publik sangat menentukan produk apa yang akan saya gunakan.				
15.	Saya meyakini bahwa semakin mahal produk, akan meningkatkan rasa percaya diri seseorang.				
16.	Saya suka mencoba produk sejenis dari merek-merek yang berbeda.				
17.	Saya akan tetap membeli suatu produk dengan harga berapapun jika memang saya akan mendapatkan hadiah saat saya membeli produk tersebut.				
18.	Saya lebih memilih produk, bila produk tersebut dikemas sesuai warna favorit saya.				
19.	Saya suka berbelanja produk demi menjaga penampilan tubuh saya.				
20.	Menurut saya, produk mahal adalah produk yang menjamin kepuasan bagi pemiliknya.				
21.	Saya bersedia mengeluarkan uang beberapapun untuk menjaga status yang melekat pada saya.				
22.	Sedapat mungkin saya akan mengikuti dan meniru produk-produk yang dikenakan oleh idola saya.				
23.	Saya sering kali membeli suatu barang karena iklannya yang menarik.				
24.	Saya suka berganti produk sejenis dengan merek-merek terbaru.				
25.	Saya tertarik membeli produk yang memiliki kemasan yang menarik perhatian.				
26.	Uang saya banyak terpakai untuk membeli produk-produk perawatan tubuh.				
27.	Saya suka memakai produk-produk buatan luar negeri.				
28.	Saya suka memakai produk yang diiklankan oleh artis favorit saya.				
29.	Saya gemar membeli produk-produk mewah, karena mencerminkan kepribadian saya.				
30.	Kemasan produk menentukan prioritas saya dalam berbelanja.				
31.	Saya senang belanja produk yang mampu mengubah penampilan saya terlihat agar terlihat lebih keren di mata orang lain.				
32.	Saya senang berbelanja produk yang hanya ada di pusat outlet tertentu saja.				
33.	Saya akan tetap memakai pakaian seperti yang dikenakan oleh idola saya walaupun saya tidak menyukai model pakaiannya.				

LAMPIRAN *BLUE PRINT* SKALA PENELITIAN

SIKAP TERHADAP UANG

INDIKATOR	PENJELASAN	PERNYATAAN	NO ITEM	JUMLAH
<i>Power-Prestige</i> (Rasa gengsi dan kekuasaan dari seseorang yang memiliki uang)	Menunjukkan bagaimana seseorang dalam penggunaan uang untuk mengesankan dan mempengaruhi orang lain dan sebagai simbol kesuksesan.	<ul style="list-style-type: none"> • Saya menggunakan uang untuk mempengaruhi orang lain agar mau melakukan sesuatu untuk saya. (F) • Saya akui bahwa saya membeli barang-barang karena saya tahu orang lain akan terkesan. (F) • Saya memiliki barang-barang mewah dalam rangka untuk mengesankan orang lain. (F) • Saya bersikap uang adalah simbol utama dari kesuksesan. (F) • Saya harus mengakui bahwa saya terkadang membual tentang berapa banyak uang yang saya miliki. (F) • Orang yang saya kenal mengatakan bahwa saya terlalu menilai kesuksesan dinilai dari uang yang dimiliki. (F) • Saya menunjukkan lebih rasa hormat kepada orang-orang yang memiliki uang melebihi saya. (F) • Saya sering mencoba untuk mencari tahu apakah orang lain memiliki uang yang lebih banyak daripada saya. (F) 	1 6 10 14 17 20 23 24	8
<i>Retention Time</i> (Keamanan untuk masa depan dan pengelolaan untuk	Menunjukkan perilaku untuk masa depan yang memerlukan persiapan keuangan untuk jangka panjang.	<ul style="list-style-type: none"> • Saya akan menggunakan uang hanya untuk hal-hal yang tidak terduga. (F) 	2	1

jangka panjang)				
<i>Distrust</i> (Kewaspadaan dalam pengeluaran uang)	Mempertahankan rasa ragu-ragu, curiga dan dipandang rendah dalam menerima situasi yang melibatkan uang.	<ul style="list-style-type: none"> • Saya merasa terganggu saat mengetahui bahwa barang ditempat lain lebih murah. (F) • Ketika saya membeli sesuatu, saya mengeluh tentang harga yang harus saya bayar. (F) • Saat saya melakukan pembelian besar, saya memiliki kecurigaan bahwa saya telah mengambil banyak keuntungan. (F) 	3 7 11	3
<i>Anxiety</i> (Kecemasan dalam kepemilikan uang)	Menunjukkan perilaku seseorang sebagai memegang sikap bahwa uang adalah sumber dari kecemasan serta sebagai sumber perlindungan dari kecemasan.	<ul style="list-style-type: none"> • Saya terganggu ketika saya harus melewati penjualan murah. (F) • Saya menghabiskan uang untuk membuat diri saya merasa lebih baik. (F) • Saya menunjukkan tanda-tanda gugup ketika saya tidak punya cukup uang. (F) • Saya menunjukkan perilaku cemas saat berhubungan dengan uang. (F) • Saya khawatir bahwa saya tidak akan aman secara finansial. (F) • Sulit bagi saya untuk melewati barang-barang murah. (F) 	4 8 12 15 18 21	6
<i>Quality</i> (Menunjukkan kualitas hidup seseorang)	Menunjukkan seseorang ingin mendapatkan yang terbaik atau membayar paling besar untuk mendapatkan kualitas yang diinginkan.	<ul style="list-style-type: none"> • Saya menghabiskan lebih banyak uang untuk mendapatkan yang terbaik. (F) • Saya akan membayar lebih untuk sesuatu barang karena saya harus mendapatkan yang terbaik. (F) • Saya membeli barang-barang yang paling mahal. (F) • Saya suka membeli barang berdasarkan nama merk dari suatu produk. (F) 	5 9 13 16 19 22	6

		<ul style="list-style-type: none"> • Saya tidak melihat harga suatu barang saat kualitas barang tersebut sudah terkenal kualitasnya. (F) • Saya membeli produk dengan kualitas terbaik. (F) 		
TOTAL				24

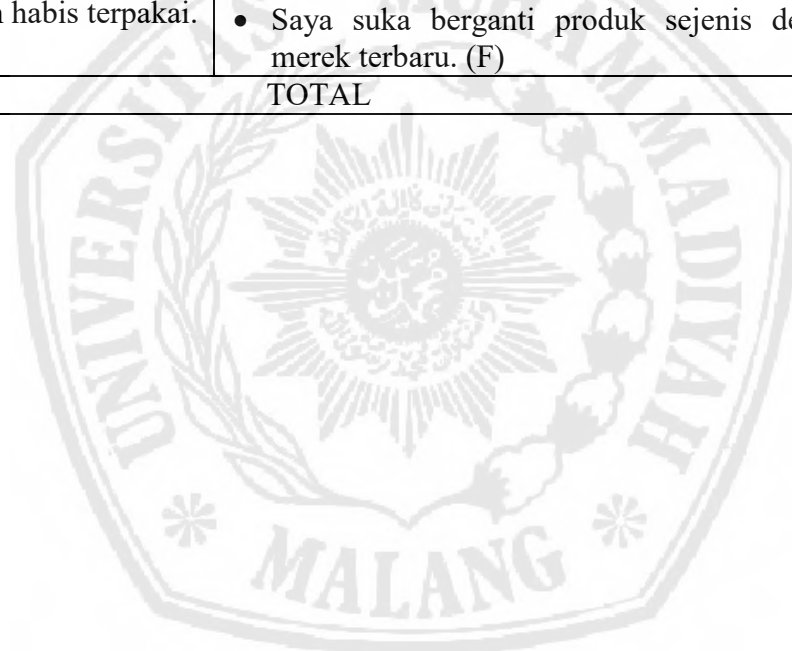


PERILAKU KONSUMTIF

INDIKATOR	PENJELASAN	PERNYATAAN	NO ITEM	JUMLAH
Membeli produk karena iming-iming hadiah.	Membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.	<ul style="list-style-type: none"> Saya senang menggunakan produk yang memiliki promo undian. (F) Bila suatu produk disertakan dengan “<i>voucher gift</i>”, saya cenderung akan membeli produk tersebut. (F) Saya akan tetap membeli suatu produk dengan harga berapapun jika memang saya akan mendapatkan hadiah saat saya membeli produk tersebut. (F) 	1 9 17	3
Membeli produk karena kemasannya menarik.	Membeli suatu produk hanya dengan melihat dari bungkus yang rapi dan dihias dengan warna-warna menarik.	<ul style="list-style-type: none"> Saya suka berbelanja produk dengan bungkus yang unik dan lucu. (F) Saya senang membeli produk yang dibungkus dengan rapi. (F) Saya lebih memilih produk, bila produk tersebut dikemas sesuai warna favorit saya. (F) Saya tertarik membeli produk yang memiliki kemasan yang menarik perhatian. (F) Kemasan produk menentukan prioritas saya dalam berbelanja. (F) 	2 10 18 25 30	5
Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.	Keinginan membeli yang tinggi dengan tujuan agar selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain.	<ul style="list-style-type: none"> Saya suka membeli produk yang membuat saya tampil lebih gaul. (F) Saya hanya membeli produk dengan merek-merek ternama dan yang menjadi idaman banyak orang. (F) Saya suka berbelanja produk demi menjaga penampilan tubuh saya. (F) Uang saya banyak terpakai untuk membeli produk-produk perawatan tubuh. (F) Saya senang belanja produk yang mampu mengubah penampilan saya terlihat agar terlihat lebih keren di mata orang lain. (F) 	3 11 19 26 31	5

Membeli produk atas pertimbangan harga.	Kecenderungan berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.	<ul style="list-style-type: none"> • Saya rela mengeluarkan uang yang banyak demi produk-produk mewah. (F) • Saya lebih bangga bila membeli barang-barang mahal. (F) • Menurut saya, produk mahal adalah produk yang menjamin kepuasan bagi pemiliknya. (F) 	4 12 20	3
Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.	Kemampuan membeli yang tinggi sehingga dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang tinggi.	<ul style="list-style-type: none"> • Saya meyakini jenis produk yang dibeli mencerminkan status pembelinya. (F) • Menurut saya, elegannya seseorang mampu diwakili dari mahal tidaknya produk yang dikenakannya. (F) • Saya bersedia mengeluarkan uang beberapapun untuk menjaga status yang melekat pada saya. (F) • Saya suka memakai produk-produk buatan luar negeri. (F) • Saya senang berbelanja produk yang hanya ada di pusat outlet tertentu saja. (F) 	5 13 21 27 32	5
Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.	Meniru perilaku tokoh yang diidolakannya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya.	<ul style="list-style-type: none"> • Saya menyukai apapun yang menjadi kesukaan artis favorit saya. (F) • Figur publik sangat menentukan produk apa yang akan saya gunakan. (F) • Sedapat mungkin saya akan mengikuti dan meniru produk-produk yang dikenakan oleh idola saya. (F) • Saya suka memakai produk yang diiklankan oleh artis favorit saya. (F) • Saya akan tetap memakai pakaian seperti yang dikenakan oleh idola saya walaupun saya tidak menyukai model pakaiannya. (F) 	6 14 22 28 33	5
Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal	Mencoba suatu produk karena percaya apa yang dikatakan oleh iklan yaitu	<ul style="list-style-type: none"> • Saya meyakini, produk yang diiklankan figur publik adalah produk andalan. (F) • Saya meyakini bahwa semakin mahal produk, akan 	7 15 23	4

akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.	dapat menumbuhkan rasa percaya diri.	<p>meningkatkan rasa percaya diri seseorang. (F)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Saya sering kali membeli suatu barang karena iklannya yang menarik. (F) • Saya gemar membeli produk-produk mewah, karena mencerminkan kepribadian saya. (F) 	29	
Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda)	Menggunakan produk jenis sama dengan merek berbeda dari produk sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis terpakai.	<ul style="list-style-type: none"> • Saya sering memakai produk-produk keluaran terbaru, meskipun saya masih memiliki produk sejenis. (F) • Saya suka mencoba produk sejenis dari merek-merek yang berbeda. (F) • Saya suka berganti produk sejenis dengan merek-merek terbaru. (F) 	8 16 24	3
TOTAL				33



LAMPIRAN ANALISIS UJI COBA SKALA

Analisis Validitas dan Reliabilitas Try Out

A. Sikap Terhadap Uang

1. Analisis 1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,734	40

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
@1	1,690	,6771	100
@2	3,090	,6371	100
@3	2,600	,6195	100
@4	2,610	,7900	100
@5	2,450	,7571	100
@6	1,950	,7703	100
@7	2,830	,7255	100
@8	2,880	,7424	100
@9	2,650	,8454	100
@10	2,590	,8177	100
@11	1,760	,6980	100
@12	2,960	,7775	100
@13	2,740	,7604	100
@14	2,500	,8348	100
@15	2,540	,7839	100
@16	2,100	,8103	100
@17	2,950	,5925	100
@18	2,350	,5925	100
@19	2,140	,6670	100
@20	1,610	,5104	100
@21	1,920	,7612	100
@22	2,770	,6491	100
@23	2,440	,6247	100
@24	2,540	,7577	100
@25	2,420	,6989	100
@26	1,910	,6211	100
@27	2,860	,6199	100
@28	2,450	,8087	100
@29	2,490	,7849	100
@30	2,530	,8097	100
@31	1,910	,6681	100
@32	2,920	,6769	100

@33	2,240	,6050	100
@34	2,710	,7561	100
@35	2,800	,6513	100
@36	1,710	,6079	100
@37	2,460	,6264	100
@38	2,920	,7612	100
@39	2,680	,7369	100
@40	2,640	,7722	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
@1	96,620	67,733	,327	,724
@2	95,220	68,577	,270	,726
@3	95,710	69,945	,145	,732
@4	95,700	68,010	,245	,727
@5	95,860	69,314	,154	,732
@6	96,360	66,374	,388	,719
@7	95,480	69,626	,139	,733
@8	95,430	67,945	,273	,726
@9	95,660	66,752	,316	,723
@10	95,720	68,325	,210	,729
@11	96,550	67,139	,368	,721
@12	95,350	67,361	,303	,724
@13	95,570	68,874	,189	,730
@14	95,810	67,933	,233	,728
@15	95,770	66,947	,333	,722
@16	96,210	67,319	,290	,725
@17	95,360	70,718	,077	,735
@18	95,960	72,301	-,081	,741
@19	96,170	67,557	,349	,723
@20	96,700	68,717	,337	,725
@21	96,390	66,018	,423	,718
@22	95,540	69,948	,135	,733
@23	95,870	68,781	,257	,727
@24	95,770	67,633	,291	,725
@25	95,890	67,998	,290	,725
@26	96,400	68,162	,320	,724
@27	95,450	70,331	,107	,734
@28	95,860	71,495	-,023	,742
@29	95,820	67,482	,290	,725
@30	95,780	68,133	,228	,728

@31	96,400	67,778	,328	,724
@32	95,390	67,877	,314	,724
@33	96,070	68,450	,301	,725
@34	95,600	70,626	,050	,738
@35	95,510	68,212	,297	,725
@36	96,600	67,616	,385	,722
@37	95,850	68,593	,274	,726
@38	95,390	75,675	-,334	,757
@39	95,630	72,377	-,087	,744
@40	95,670	69,415	,141	,733

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
98,310	71,832	8,4754	40

2. Analisis 2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,801	27

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
@1	1,690	,6771	100
@2	3,090	,6371	100
@4	2,610	,7900	100
@6	1,950	,7703	100
@8	2,880	,7424	100
@9	2,650	,8454	100
@10	2,590	,8177	100
@11	1,760	,6980	100
@12	2,960	,7775	100
@14	2,500	,8348	100
@15	2,540	,7839	100
@16	2,100	,8103	100
@19	2,140	,6670	100
@20	1,610	,5104	100
@21	1,920	,7612	100
@23	2,440	,6247	100
@24	2,540	,7577	100
@25	2,420	,6989	100
@26	1,910	,6211	100

@29	2,490	,7849	100
@30	2,530	,8097	100
@31	1,910	,6681	100
@32	2,920	,6769	100
@33	2,240	,6050	100
@35	2,800	,6513	100
@36	1,710	,6079	100
@37	2,460	,6264	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
@1	61,670	56,183	,419	,791
@2	60,270	59,169	,135	,802
@4	60,750	56,210	,343	,794
@6	61,410	54,972	,467	,788
@8	60,480	57,242	,277	,797
@9	60,710	55,258	,392	,791
@10	60,770	56,583	,297	,796
@11	61,600	55,414	,481	,788
@12	60,400	59,010	,108	,805
@14	60,860	56,808	,270	,798
@15	60,820	55,745	,388	,792
@16	61,260	55,790	,368	,793
@19	61,220	56,396	,405	,791
@20	61,750	57,604	,392	,793
@21	61,440	55,764	,401	,791
@23	60,920	58,478	,213	,799
@24	60,820	57,220	,271	,797
@25	60,940	56,744	,348	,794
@26	61,450	56,755	,402	,792
@29	60,870	56,235	,344	,794
@30	60,830	57,294	,241	,799
@31	61,450	56,533	,390	,792
@32	60,440	58,693	,169	,801
@33	61,120	58,026	,272	,797
@35	60,560	57,441	,307	,796
@36	61,650	56,876	,398	,792
@37	60,900	57,970	,266	,797

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
63,360	60,899	7,8038	27

3. Analisis 3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,814	24

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
@1	1,690	,6771	100
@4	2,610	,7900	100
@6	1,950	,7703	100
@8	2,880	,7424	100
@9	2,650	,8454	100
@10	2,590	,8177	100
@11	1,760	,6980	100
@14	2,500	,8348	100
@15	2,540	,7839	100
@16	2,100	,8103	100
@19	2,140	,6670	100
@20	1,610	,5104	100
@21	1,920	,7612	100
@23	2,440	,6247	100
@24	2,540	,7577	100
@25	2,420	,6989	100
@26	1,910	,6211	100
@29	2,490	,7849	100
@30	2,530	,8097	100
@31	1,910	,6681	100
@33	2,240	,6050	100
@35	2,800	,6513	100
@36	1,710	,6079	100
@37	2,460	,6264	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
@1	52,700	51,949	,426	,804
@4	51,780	51,769	,367	,806
@6	52,440	50,289	,520	,799
@8	51,510	53,121	,267	,811
@9	51,740	50,679	,430	,803
@10	51,800	51,859	,343	,808
@11	52,630	51,044	,505	,800
@14	51,890	52,321	,294	,810
@15	51,850	51,503	,395	,805
@16	52,290	51,521	,377	,806
@19	52,250	52,149	,412	,805
@20	52,780	53,204	,416	,806
@21	52,470	52,110	,353	,807
@23	51,950	54,290	,205	,813
@24	51,850	52,836	,286	,810
@25	51,970	52,413	,362	,807
@26	52,480	52,495	,409	,805
@29	51,900	51,929	,355	,807
@30	51,860	53,273	,223	,814
@31	52,480	52,272	,398	,805
@33	52,150	53,745	,276	,810
@35	51,590	53,355	,293	,810
@36	52,680	52,806	,383	,806
@37	51,930	53,924	,244	,812

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
54,390	56,564	7,5209	24

B. Perilaku Konsumtif

1. Analisis 1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,888	40

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
@1	3,190	,6308	100
@2	2,710	,7288	100
@3	2,540	,6730	100
@4	2,020	,7245	100
@5	2,370	,7870	100
@6	1,760	,6980	100
@7	2,060	,6937	100
@8	1,940	,6485	100
@9	2,410	,7261	100
@10	3,060	,5653	100
@11	2,080	,7061	100
@12	1,920	,5976	100
@13	2,060	,8266	100
@14	1,930	,6553	100
@15	2,430	,8072	100
@16	2,500	,7177	100
@17	2,620	,7625	100
@18	2,520	,7314	100
@19	2,650	,7571	100
@20	2,440	,7429	100
@21	1,970	,6584	100
@22	1,760	,6215	100
@23	2,320	,7090	100
@24	2,860	,7657	100
@25	2,850	,7017	100
@26	2,840	,6775	100
@27	2,430	,8196	100
@28	1,990	,5945	100
@29	2,370	,7057	100
@30	1,890	,5842	100
@31	1,830	,6039	100
@32	2,130	,6614	100
@33	1,990	,6590	100
@34	2,260	,6760	100
@35	2,390	,7092	100
@36	2,420	,7545	100
@37	2,560	,7152	100
@38	1,640	,6117	100
@39	1,830	,5329	100
@40	2,370	,7608	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
@1	88,720	142,042	,159	,889
@2	89,200	139,030	,307	,887
@3	89,370	136,276	,516	,884
@4	89,890	134,058	,611	,882
@5	89,540	136,312	,430	,885
@6	90,150	135,745	,529	,883
@7	89,850	139,159	,317	,887
@8	89,970	134,433	,663	,882
@9	89,500	139,667	,270	,888
@10	88,850	138,573	,446	,885
@11	89,830	133,334	,674	,881
@12	89,990	135,323	,658	,882
@13	89,850	135,765	,435	,885
@14	89,980	139,192	,337	,887
@15	89,480	133,585	,568	,882
@16	89,410	136,143	,488	,884
@17	89,290	139,097	,286	,888
@18	89,390	138,261	,351	,886
@19	89,260	133,992	,586	,882
@20	89,470	135,928	,482	,884
@21	89,940	135,491	,581	,883
@22	90,150	139,038	,369	,886
@23	89,590	137,517	,410	,885
@24	89,050	141,806	,134	,890
@25	89,060	142,845	,089	,891
@26	89,070	138,288	,382	,886
@27	89,480	136,232	,414	,885
@28	89,920	148,337	-,267	,895
@29	89,540	135,443	,541	,883
@30	90,020	137,919	,479	,885
@31	90,080	135,347	,649	,882
@32	89,780	134,699	,631	,882
@33	89,920	137,872	,422	,885
@34	89,650	137,987	,402	,886
@35	89,520	135,606	,528	,883
@36	89,490	146,212	-,107	,894
@37	89,350	138,533	,344	,887
@38	90,270	137,674	,472	,885
@39	90,080	146,842	-,178	,893

@40	89,540	143,322	,051	,892
-----	--------	---------	------	------

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
91,910	144,830	12,0345	40

2. Analisis 2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,915	33

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
@2	2,71	,729	100
@3	2,54	,673	100
@4	2,02	,724	100
@5	2,37	,787	100
@6	1,76	,698	100
@7	2,06	,694	100
@8	1,94	,649	100
@9	2,41	,726	100
@10	3,06	,565	100
@11	2,08	,706	100
@12	1,92	,598	100
@13	2,06	,827	100
@14	1,93	,655	100
@15	2,43	,807	100
@16	2,50	,718	100
@17	2,62	,763	100
@18	2,52	,731	100
@19	2,65	,757	100
@20	2,44	,743	100
@21	1,97	,658	100
@22	1,76	,622	100
@23	2,32	,709	100
@26	2,84	,677	100
@27	2,43	,820	100
@29	2,37	,706	100

@30	1,89	,584	100
@31	1,83	,604	100
@32	2,13	,661	100
@33	1,99	,659	100
@34	2,26	,676	100
@35	2,39	,709	100
@37	2,56	,715	100
@38	1,64	,612	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
@2	71,69	137,226	,276	,915
@3	71,86	133,758	,530	,911
@4	72,38	131,773	,611	,910
@5	72,03	134,070	,427	,913
@6	72,64	133,384	,533	,911
@7	72,34	136,408	,344	,914
@8	72,46	132,049	,671	,910
@9	71,99	137,465	,263	,915
@10	71,34	135,964	,469	,912
@11	72,32	130,806	,691	,909
@12	72,48	133,040	,658	,910
@13	72,34	134,025	,405	,913
@14	72,47	136,555	,358	,914
@15	71,97	131,302	,568	,911
@16	71,90	134,253	,463	,912
@17	71,78	136,194	,320	,915
@18	71,88	135,965	,350	,914
@19	71,75	131,220	,615	,910
@20	71,96	133,413	,495	,912
@21	72,43	133,035	,592	,911
@22	72,64	137,021	,348	,914
@23	72,08	135,307	,404	,913
@26	71,56	136,229	,365	,914
@27	71,97	132,918	,470	,912
@29	72,03	132,878	,559	,911
@30	72,51	135,424	,493	,912
@31	72,57	132,894	,661	,910
@32	72,27	132,280	,641	,910
@33	72,41	135,780	,407	,913
@34	72,14	135,354	,423	,913

@35	72,01	133,263	,531	,911
@37	71,84	136,156	,347	,914
@38	72,76	135,114	,491	,912

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
74,40	142,465	11,936	33

LAMPIRAN ANALISIS HASIL PENELITIAN

Hasil Uji Kenormalan Data

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	45,99	94,81	70,34	8,409	268
Residual	-28,877	23,057	,000	9,017	268
Std. Predicted Value	-2,896	2,910	,000	1,000	268
Std. Residual	-3,196	2,552	,000	,998	268

a. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	268
Normal Parameters ^{a,b}	
Mean	,0000000
Std. Deviation	9,01711579
Absolute	,052
Most Extreme Differences	
Positive	,032
Negative	-,052
Kolmogorov-Smirnov Z	,849
Asymp. Sig. (2-tailed)	,467

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Hasil Uji Linear

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Perilaku_Konsumtif *	268	100,0%	0	0,0%	268	100,0%
Sikap_Terhadap_Uang						

Report

Perilaku_Konsumtif

Sikap_Terhadap_Uang	Mean	N	Std. Deviation
31	35,00	1	.
34	38,00	1	.
35	51,50	2	10,607
36	72,00	1	.
37	54,00	2	1,414
38	50,00	2	5,657
39	39,00	1	.
40	45,50	2	4,950
41	59,00	6	12,837
43	58,75	8	4,979
44	47,00	2	1,414
45	61,86	7	6,619
46	68,17	12	8,211
47	58,50	6	11,979
48	60,43	14	6,607
49	64,23	13	7,552
50	64,00	12	7,373
51	69,67	9	9,301
52	71,74	19	6,288
53	74,71	17	9,012
54	73,04	23	8,834
55	72,58	12	5,518
56	73,57	14	11,085
57	73,78	9	7,775
58	75,80	5	6,834
59	75,77	13	9,194
60	81,33	6	4,033
61	71,30	10	8,577
62	81,56	9	9,799
63	76,43	7	10,438
64	79,00	2	1,414
65	73,50	4	14,480

67	79,00	4	13,638
68	85,50	4	8,103
69	83,50	2	6,364
71	94,67	3	8,505
72	100,00	1	.
73	84,00	1	.
74	115,00	1	.
76	97,00	1	.
Total	70,34	268	12,329

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)	24072,126	39	617,234	8,521	,000
Between Groups	18878,764	1	18878,764	260,618	,000
Perilaku_Konsumtif * Sikap_Terhadap_Uang	5193,362	38	136,667	1,887	,002
Deviation from Linearity	16515,975	228	72,438		
Within Groups	40588,101	267			
Total		1			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Perilaku_Konsumtif * Sikap_Terhadap_Uang	,682	,465	,770	,593

Hasil Uji Regresi

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
PERILAKU_KONSUMTIF	70,34	12,329	268
POWER_PRESTIGE	14,76	3,410	268
RETENTION_TIME	2,13	,651	268
DISTRUST	7,13	1,444	268
ANXIETY	14,71	2,622	268
QUALITY	14,71	2,852	268

Correlations

		PERILAKU _KONSUM TIF	POWER_P RESTIGE	RETENTIO N_TIME	DISTRU ST	ANXIE TY	QUALI TY
Pearson Correlation	PERILAKU_KONS UMTIF	1,000	,622	,016	,339	,480	,494
	POWER_PRESTIG E	,622	1,000	,002	,286	,464	,416
	RETENTION_TIME	,016	,002	1,000	,129	,062	-,031
	DISTRUST	,339	,286	,129	1,000	,457	,198
	ANXIETY	,480	,464	,062	,457	1,000	,420
	QUALITY	,494	,416	-,031	,198	,420	1,000
	PERILAKU_KONS UMTIF	.	,000	,396	,000	,000	,000
Sig. (1-tailed)	POWER_PRESTIG E	,000	.	,484	,000	,000	,000
	RETENTION_TIME	,396	,484	.	,018	,154	,306
	DISTRUST	,000	,000	,018	.	,000	,001
	ANXIETY	,000	,000	,154	,000	.	,000
	QUALITY	,000	,000	,306	,001	,000	.
	PERILAKU_KONS UMTIF	268	268	268	268	268	268
	POWER_PRESTIG E	268	268	268	268	268	268
N	RETENTION_TIME	268	268	268	268	268	268
	DISTRUST	268	268	268	268	268	268
	ANXIETY	268	268	268	268	268	268
	QUALITY	268	268	268	268	268	268

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.622 ^a	.387	.384	9.675
2	.622 ^b	.387	.382	9.692
3	.644 ^c	.415	.408	9.484
4	.665 ^d	.442	.433	9.281
5	.696 ^e	.485	.475	8.932

a. Predictors: (Constant), POWER_PRESTIGE

b. Predictors: (Constant), POWER_PRESTIGE, RETENTION_TIME

c. Predictors: (Constant), POWER_PRESTIGE, RETENTION_TIME, DISTRUST

d. Predictors: (Constant), POWER_PRESTIGE, RETENTION_TIME, DISTRUST, ANXIETY

e. Predictors: (Constant), POWER_PRESTIGE, RETENTION_TIME, DISTRUST, ANXIETY, QUALITY

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15687.811	1	15687.811	167.587	.000 ^b
	Residual	24900.289	266	93.610		
	Total	40588.101	267			
2	Regression	15696.573	2	7848.286	83.554	.000 ^c
	Residual	24891.528	265	93.930		
	Total	40588.101	267			
3	Regression	16839.958	3	5613.319	62.401	.000 ^d
	Residual	23748.143	264	89.955		
	Total	40588.101	267			
4	Regression	17935.800	4	4483.950	52.060	.000 ^e
	Residual	22652.301	263	86.130		
	Total	40588.101	267			
5	Regression	19683.275	5	3936.655	49.338	.000 ^f
	Residual	20904.826	262	79.789		
	Total	40588.101	267			

a. Dependent Variable: PERILAKU_KONSUMTIF

b. Predictors: (Constant), POWER_PRESTIGE

c. Predictors: (Constant), POWER_PRESTIGE, RETENTION_TIME

d. Predictors: (Constant), POWER_PRESTIGE, RETENTION_TIME, DISTRUST

e. Predictors: (Constant), POWER_PRESTIGE, RETENTION_TIME, DISTRUST, ANXIETY

f. Predictors: (Constant), POWER_PRESTIGE, RETENTION_TIME, DISTRUST, ANXIETY, QUALITY

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	37.147	2.631		14.118	.000
	POWER_PRESTIGE	2.248	.174	.622	12.946	.000
2	(Constant)	36.555	3.272		11.173	.000

3	POWER_PRESTIGE	2.248	.174	.622	12.923	.000
	RETENTION_TIME	.278	.911	.015	.305	.760
	(Constant)	29.404	3.778		7.783	.000
	POWER_PRESTIGE	2.065	.178	.571	11.616	.000
	RETENTION_TIME	-.150	.900	-.008	-.167	.867
4	DISTRUST	1.510	.423	.177	3.565	.000
	(Constant)	23.839	4.013		5.941	.000
	POWER_PRESTIGE	1.801	.189	.498	9.528	.000
	RETENTION_TIME	-.213	.880	-.011	-.241	.809
	DISTRUST	.907	.447	.106	2.028	.044
5	ANXIETY	.944	.265	.201	3.567	.000
	(Constant)	16.533	4.166		3.969	.000
	POWER_PRESTIGE	1.559	.189	.431	8.243	.000
	RETENTION_TIME	.007	.849	.000	.009	.993
	DISTRUST	.934	.431	.109	2.169	.031
	ANXIETY	.609	.265	.130	2.302	.022
	QUALITY	1.030	.220	.238	4.680	.000

a. Dependent Variable: PERILAKU_KONSUMTIF

Excluded Variables ^a						
Model		Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics
						Tolerance
1	RETENTION_TIME	.015 ^b	.305	.760	.019	1.000
	DISTRUST	.176 ^b	3.582	.000	.215	.918
	ANXIETY	.244 ^b	4.670	.000	.276	.785
	QUALITY	.284 ^b	5.691	.000	.330	.827
2	DISTRUST	.177 ^c	3.565	.000	.214	.902
	ANXIETY	.244 ^c	4.651	.000	.275	.781
	QUALITY	.285 ^c	5.698	.000	.331	.826
3	ANXIETY	.201 ^d	3.567	.000	.215	.670
	QUALITY	.270 ^d	5.463	.000	.319	.819
4	QUALITY	.238 ^e	4.680	.000	.278	.759

a. Dependent Variable: PERILAKU_KONSUMTIF

b. Predictors in the Model: (Constant), POWER_PRESTIGE

c. Predictors in the Model: (Constant), POWER_PRESTIGE, RETENTION_TIME

d. Predictors in the Model: (Constant), POWER_PRESTIGE, RETENTION_TIME, DISTRUST

e. Predictors in the Model: (Constant), POWER_PRESTIGE, RETENTION_TIME, DISTRUST, ANXIETY

LAMPIRAN DATA KASAR

Input Skala Sikap Terhadap Uang

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	HI	L	18	1	2	4	3	3	3	3	3	4	1	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2
2	HAM	L	20	2	2	3	2	3	1	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	DN	P	19	1	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	1
4	MA	L	19	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1
5	HM	L	20	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2
6	GP	P	19	1	2	3	3	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	3	1
7	JAKA	L	18	1	3	2	4	2	1	2	2	3	1	1	1	1	1	1	3	1	3	4	1
8	DRAJAD	L	19	1	2	4	4	2	2	1	4	2	1	1	1	1	1	1	4	1	1	2	1
9	YUSUF ALIM	L	19	1	2	2	3	1	1	3	2	1	1	2	2	1	2	2	3	2	2	4	1
10	FITRI	P	21	1	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	1	2	2	3	2	4	4	2
11	ACHMAD A	L	19	1	3	3	2	2	2	2	2	2	1	2	3	1	1	2	2	2	2	2	1
12	TAUFAN D	L	18	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	1	2	2	2	3	3	3	3
13	R	L	19	1	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2
14	RIO	L	18	2	3	2	2	3	1	2	3	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2
15	L	L	20	1	3	2	4	4	2	1	1	4	2	1	2	4	2	2	4	1	4	4	2
16	ARIEF DP	L	19	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2
17	RIZKY	L	21	1	2	2	1	3	2	4	3	2	2	3	3	1	1	2	2	1	2	2	2
18	AHN	P	19	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	4	2	3	3	2	2	2	2	2
19	D	P	19	1	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3
20	B	L	19	2	3	3	2	4	2	2	3	4	1	3	3	2	2	3	3	1	3	2	2
21	H	L	18	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	1
22	ANGGARA	L	18	2	2	3	3	3	3	4	2	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3	4	2
23	NUR RAHMAWATI	P	21	1	2	2	2	4	4	2	3	4	1	1	4	2	3	1	1	1	1	3	1
24	UH	L	21	1	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	1	3	3	1	1	2	2	1

25	DHISTARY	P	21	1	2	2	2	3	2	2	3	2	1	2	2	1	2	2	2	2	3	1
26	AULIA	P	21	1	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2
27	SRIN	P	20	3	3	4	4	2	2	2	3	2	1	2	2	2	3	2	3	2	2	2
28	AD	P	18	1	2	4	2	4	2	2	2	3	1	2	2	2	3	2	3	2	4	3
29	B	P	17	1	2	3	2	4	1	2	4	4	1	3	4	3	3	3	3	1	2	3
30	ARUM P	P	18	2	2	3	4	2	2	3	3	1	2	3	3	2	4	3	2	3	3	3
31	X	L	20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
32	R	P	21	1	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3
33	RS	P	21	1	2	2	4	3	3	4	2	3	2	1	3	2	3	3	2	2	3	2
34	PN	L	21	2	2	3	3	3	2	2	3	3	1	2	2	2	3	1	3	2	3	2
35	SI	P	21	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	1	2	2	1	2	3	2
36	IN	P	20	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2
37	AMI	P	19	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3
38	IA	P	20	1	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2
39	B	L	18	1	2	2	1	3	2	2	2	2	1	2	4	2	1	1	3	1	3	4
40	B	P	20	1	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	1
41	DIA	P	19	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2
42	IIN	P	19	1	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1
43	FATDA	P	18	1	2	3	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1
44	STIL	P	18	1	2	2	3	2	2	3	2	2	1	2	3	2	3	2	3	3	3	2
45	APS	P	18	1	2	2	3	2	2	1	2	3	1	2	3	1	2	2	4	2	2	2
46	HD	P	18	2	1	3	3	4	2	2	2	3	2	2	3	2	1	2	3	2	2	1
47	ME	P	18	1	2	2	3	3	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	1
48	A	P	19	1	1	2	2	3	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	3	2	2	1
49	S	L	18	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2	3	1	1	3	2	3	1	1
50	M ILHAM F	L	19	1	2	2	3	2	2	1	3	1	1	3	3	1	3	3	3	2	2	2
51	AA	P	20	1	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	1	3	2	2	4	2
52	M ASADIL H I	L	18	1	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2
53	DONO	L	21	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2

54	KASINO	L	21	1	2	3	2	3	2	2	3	3	1	2	3	1	3	2	4	3	2	3	2
55	INDRO	L	21	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	4	2	2	3	2
56	MUX	L	21	2	2	3	3	4	3	2	4	3	3	2	3	2	4	3	4	3	3	4	4
57	MZM	L	21	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	3	2	1	2	2	1	1	1	2	1
58	WICKY PJ	L	19	1	3	2	3	1	1	3	3	1	1	2	3	2	1	2	3	1	2	2	2
59	RISKI I A	L	19	1	1	3	4	2	1	4	2	2	1	3	3	1	2	2	3	3	3	3	3
60	AH	L	18	1	1	3	4	3	2	2	4	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	1
61	IPA	P	19	1	1	3	1	1	1	1	1	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3
62	H	P	18	1	2	3	2	2	2	3	2	2	2	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1
63	SILVYA	P	19	3	2	2	2	4	3	2	4	4	3	2	2	2	4	3	4	2	3	4	4
64	PUTRI	P	19	1	2	3	3	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2
65	LAILATUL K	P	18	1	3	2	3	3	2	1	3	3	1	2	2	1	1	1	3	1	3	4	1
66	ULFA	P	18	3	2	3	4	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	4	2	3	4	2
67	DS	P	19	1	1	2	2	2	2	3	3	3	1	2	3	2	2	3	3	3	3	3	1
68	RDH	P	18	1	2	2	3	2	1	2	2	3	1	2	3	1	3	3	3	3	2	4	2
69	FITRI	P	18	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2
70	AMEL	P	18	1	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2
71	RAH	P	19	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3
72	ELS	P	18	2	3	4	4	4	2	3	3	2	1	1	3	2	2	3	3	1	3	3	2
73	RZ	L	21	1	3	2	2	2	2	1	2	3	2	2	1	2	1	2	3	3	3	2	2
74	RAHMI	P	20	1	1	3	3	2	1	2	2	3	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2
75	R	P	20	2	3	3	3	4	2	2	4	4	1	3	2	2	1	2	3	2	2	4	1
76	RAHI	P	21	1	3	2	2	1	1	2	2	1	1	1	2	1	3	2	2	1	1	1	2
77	NANDA	L	20	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	3	1
78	AIS	P	19	1	2	3	3	2	1	2	3	2	1	2	3	1	1	2	3	2	3	2	2
79	AYU	P	21	1	1	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	1	1	1	2	1	2	3	1
80	CM	L	20	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	3	2	1	2	3	2	2	2	3
81	FARIZ M	L	18	1	2	4	2	4	2	4	4	3	2	3	2	1	1	1	3	2	4	2	1
82	L	L	19	1	3	3	3	2	1	4	3	3	1	3	3	1	1	3	3	1	3	4	1

83	RAMADAN	L	21	1	1	3	3	3	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	3	3	3	3	2
84	PN	L	19	1	1	2	2	3	2	2	2	3	2	2	1	2	3	3	2	2	3	2	2
85	FIRMANSYAH	L	19	1	2	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3
86	NANA	P	20	1	2	3	3	3	2	2	3	3	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2
87	L	L	21	2	3	4	2	4	2	4	1	4	1	2	3	1	1	2	3	2	2	3	2
88	RA	L	21	1	2	2	3	2	2	3	3	2	1	2	3	1	1	2	3	3	2	2	1
89	ELLA	P	20	3	2	4	3	3	2	2	4	3	1	2	4	2	1	3	4	2	3	4	1
90	YU GAYO	L	20	2	4	4	2	1	2	4	1	1	1	1	3	1	3	3	1	1	3	1	3
91	EAP	P	21	1	2	3	4	1	2	3	1	1	1	3	2	1	1	3	2	3	2	2	1
92	INTAN	P	20	1	1	2	2	3	2	2	2	3	2	2	1	2	3	2	2	3	3	3	2
93	BELLA	P	18	1	2	1	1	3	2	2	2	3	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1
94	KBS	P	18	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2
95	DENI J F	L	21	1	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
96	IA	P	20	1	2	2	2	2	2	1	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
97	M	P	21	1	2	2	4	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	3	2	1	1
98	M	P	19	1	2	1	3	2	1	2	1	1	1	1	3	1	1	3	2	3	1	2	1
99	LYLY	P	18	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2
100	LUF	P	20	1	2	2	2	3	1	3	1	2	1	1	2	2	2	2	4	3	3	3	1
101	MS	L	19	1	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	3	1
102	AS	L	21	1	3	3	3	3	1	3	2	3	1	3	2	1	2	2	1	3	2	3	2
103	ZFF	L	21	1	2	3	2	3	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1
104	KYLIE	P	21	1	2	2	2	3	4	2	4	3	1	1	4	2	3	2	2	1	3	2	2
105	IW	L	19	1	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2
106	A	L	21	1	1	3	4	2	4	2	3	4	2	1	4	3	3	3	4	4	3	4	3
107	AVIV	P	20	1	2	4	1	3	1	1	1	1	1	1	2	1	4	3	4	1	3	4	3
108	REXA	L	20	1	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2
109	MA	P	19	1	3	3	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	1	3	1	1	2	4	1
110	ANK	L	21	1	2	3	2	4	1	2	1	2	1	1	3	1	1	1	2	2	1	2	1
111	RBT	L	20	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2

112	DF	L	19	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	4	3	1
113	RDM	P	21	1	3	3	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1
114	A	P	21	2	3	1	3	3	4	3	4	4	3	2	4	1	3	3	3	3	2	3
115	A	P	21	1	2	3	2	3	2	3	2	3	1	2	2	1	3	3	2	2	3	1
116	ROHMAH	P	19	1	2	3	2	4	1	2	1	2	1	1	3	1	1	1	2	2	1	2
117	JULIA TIRTA	P	20	2	3	3	2	2	2	4	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	4	2
118	SA	L	20	1	2	3	2	3	1	2	3	2	1	2	1	1	1	2	2	2	3	2
119	E	L	21	1	1	3	2	1	1	1	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2
120	RAZAK	L	21	1	1	2	2	2	1	3	3	4	1	2	3	2	1	2	2	1	3	3
121	AFRKW	P	20	3	2	2	2	2	2	3	4	3	2	3	4	2	2	3	2	2	3	4
122	NAMLEY	P	18	1	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3
123	R	P	19	1	1	4	3	2	2	3	2	2	3	3	3	1	1	4	2	2	2	1
124	LM	P	19	1	3	3	3	2	2	3	2	1	1	2	3	1	3	1	3	1	1	2
125	R	P	20	1	3	3	2	3	1	2	3	3	1	2	2	1	1	1	1	1	1	3
126	I	P	21	1	2	3	2	1	2	1	2	3	1	2	3	1	2	3	2	2	2	3
127	M	L	21	2	2	3	2	3	1	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3
128	MARY	P	21	1	2	4	2	4	1	2	2	3	1	1	3	1	4	3	2	3	2	3
129	I	P	21	1	3	4	4	3	1	2	2	3	1	2	2	1	3	1	3	1	1	2
130	L	P	21	1	1	4	3	4	1	2	3	2	2	4	2	1	3	2	3	2	3	3
131	PRINCESS	P	20	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	1	3	3	3	2	3	3
132	N	L	21	1	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	1	3	2
133	LK	P	19	1	1	4	2	2	4	3	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	3	1
134	L	P	20	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2
135	YYN	L	21	1	2	3	3	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	3	1	3	3	2
136	MANGGIP	L	19	3	3	4	4	3	2	3	3	2	1	2	4	1	1	3	2	2	3	1
137	CBR	L	21	2	3	3	3	2	3	1	2	3	4	4	2	3	3	4	2	2	4	1
138	RAFI	L	21	1	2	2	3	4	2	2	3	4	1	2	3	3	3	2	3	3	3	3
139	CANDRA	L	21	1	2	2	3	4	2	1	3	4	1	1	3	3	4	2	3	3	3	4
140	BETHAN	L	21	3	2	2	2	2	2	3	4	2	2	3	4	2	2	3	2	2	3	4

141	ERA	L	21	1	2	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	1	3	2	2
142	SIDIK	L	21	1	2	3	3	3	3	2	4	4	2	3	1	4	3	3	4	3	3	3	2
143	GAGAH	L	21	1	2	4	2	3	1	2	3	3	1	3	1	1	2	1	2	2	2	1	1
144	A	L	20	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	4	2	2	3	2
145	RM	L	18	1	3	4	2	2	2	3	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1
146	R	L	18	1	2	3	2	2	2	2	3	2	1	3	4	2	2	2	3	2	3	3	3
147	AVIED	L	17	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2
148	ZAIN	L	18	1	2	3	2	2	1	2	2	3	2	3	2	1	2	2	3	3	3	3	2
149	DSS	P	18	1	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2
150	AUDI	P	18	2	2	3	4	4	3	3	1	4	3	2	2	2	1	1	2	3	2	3	3
151	MFS	L	20	1	3	3	2	2	2	3	2	2	1	2	2	1	1	2	3	2	2	2	1
152	FIRDAUS	L	21	2	3	2	2	2	3	2	3	3	1	1	3	2	3	1	3	2	3	2	1
153	EMROSIUS	L	21	1	3	3	3	3	2	2	1	1	1	1	1	1	1	3	3	2	1	3	3
154	OMAN	L	21	3	3	2	2	3	2	2	2	3	1	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2
155	ORIS	L	21	1	3	3	2	2	1	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	1
156	RVG	L	19	2	2	2	2	3	3	3	4	2	3	2	4	1	4	2	1	2	2	3	2
157	D	L	21	1	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2
158	G	L	20	3	2	4	3	2	1	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	4	2	3	2
159	BL	P	18	3	2	4	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2
160	K	P	20	1	2	3	3	3	2	2	3	2	1	2	3	1	1	2	2	3	3	3	2
161	AZK	P	20	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2
162	FAA	P	19	1	2	2	2	3	2	1	3	3	2	2	3	2	2	2	3	1	2	3	2
163	TMR	P	21	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2
164	BARBIE	P	21	1	2	3	3	2	2	2	2	2	1	2	3	1	1	2	3	2	3	2	3
165	LPS	P	21	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	3	1	1	3	1
166	ANGEL	P	21	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2
167	AD	P	20	1	1	2	2	3	1	1	2	3	1	1	2	1	1	1	1	1	2	3	1
168	ALFI	L	21	1	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3
169	QUDUS	L	21	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2

170	AMALIA P	L	20	1	2	3	3	4	3	3	4	4	3	2	3	2	2	3	3	3	3	4	2
171	ERDINAL	L	20	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2
172	FA	L	21	1	2	2	2	2	1	2	3	2	2	2	3	1	1	2	3	2	2	2	1
173	AAB	L	20	1	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	1	2	2	2	3	3	2	3	2
174	MZP	L	21	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	3	1	1	2	1	2	2	2	2
175	MOMO	P	20	1	2	3	4	4	4	3	4	4	4	3	2	2	4	4	3	2	2	3	2
176	RIYAN	L	21	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	2	3	3	1	2	4	2
177	CA	L	20	2	2	3	1	3	3	3	4	4	1	1	2	1	1	2	4	3	2	3	2
178	ARTJIE	L	21	1	2	3	2	2	2	2	2	3	1	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2
179	ZK	P	19	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2
180	RIC	P	21	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2
181	SUTAMI	P	20	1	3	4	4	3	2	3	3	2	1	1	4	2	4	2	2	3	2	1	2
182	HARYADI	P	20	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2
183	D	P	21	1	2	3	3	2	2	2	2	3	1	2	2	1	2	2	3	2	3	3	3
184	AR	P	20	1	2	4	2	4	2	2	4	3	1	1	4	1	2	3	1	1	1	2	1
185	GEMBUL	P	20	1	1	3	4	3	1	3	3	2	1	2	2	1	1	3	1	1	3	2	1
186	AL	L	20	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3
187	AAS	P	20	1	2	3	3	3	2	3	3	2	1	2	4	1	2	3	3	1	2	2	2
188	NURUL	P	21	1	3	2	2	4	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
189	TEKMEKI	P	20	1	1	2	2	3	2	2	2	2	1	2	3	1	2	3	2	2	3	2	2
190	YY	P	21	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	3	1
191	L	P	21	1	1	4	4	4	4	2	1	3	1	1	3	1	3	3	3	2	3	1	1
192	21	L	19	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	1	2	1	2	2	2	1	2	3	1
193	KHAIRUL	L	20	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2
194	AHONG	L	21	1	2	2	2	2	1	3	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2
195	MF	L	19	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	1
196	ARI S	L	21	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	2	3	3	3	2	2
197	ABY	L	21	2	2	1	2	1	1	1	4	4	2	2	1	2	3	4	2	2	2	2	3
198	LEO	L	21	1	3	1	3	3	2	2	3	3	1	2	3	1	2	2	2	3	2	3	3

199	HENDRA	L	21	2	3	3	2	3	2	3	3	3	1	2	2	1	4	3	3	3	2	2	4
200	BENTO	L	21	1	2	3	3	3	2	3	4	4	1	3	4	3	1	3	4	2	3	3	2
201	LINDA	P	21	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	1	3	2	2	3	3	2	3
202	HR	L	19	1	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
203	AWAL S	L	20	1	4	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2
204	AHMAD	L	19	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
205	FACHIUR	L	19	1	3	1	3	4	1	3	1	3	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1
206	BAY	L	19	1	2	2	2	3	2	2	1	3	2	2	3	1	1	2	2	2	2	2	3
207	ANJUMI	P	18	2	3	4	4	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2
208	DIAZ	L	21	1	1	3	2	2	1	2	2	2	1	2	3	2	4	3	4	1	2	3	2
209	DEDEN	P	18	3	2	3	2	2	1	2	2	2	1	3	4	2	3	2	2	1	3	1	2
210	ROHMAH	P	20	1	3	4	3	2	1	2	1	3	1	2	4	2	3	4	2	1	3	3	2
211	NAWI	P	20	1	2	3	2	2	2	2	1	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2
212	RATNA	P	21	1	2	3	2	4	2	1	2	1	3	2	1	3	2	1	1	3	2	2	1
213	WN	P	21	2	2	4	4	3	3	2	3	3	3	3	2	1	2	2	3	3	2	2	2
214	PURNOMO	L	21	1	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	2	1	3	4	2	1	2	3
215	AM	P	20	1	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2
216	FARIZA	P	20	1	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2
217	NURUL	P	20	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2
218	NA	P	20	1	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2
219	F	P	20	1	1	2	2	2	1	4	2	2	1	1	3	2	4	2	3	2	2	2	3
220	R	L	21	1	2	3	3	4	1	3	4	4	4	3	3	4	4	2	3	1	1	3	3
221	ARH	L	20	1	2	3	2	2	2	3	3	2	1	2	2	1	2	2	3	2	2	3	1
222	SUPRIADI	L	21	1	2	2	2	1	2	2	4	3	1	1	3	1	1	1	2	2	3	2	4
223	BITA	P	19	1	3	3	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	1	3	1	1	2	4	1
224	A	P	21	1	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	1	2	2	1	3	2	3	3	2
225	FR	P	20	2	1	3	2	1	2	3	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1
226	ANTONI	L	21	1	2	1	3	2	4	2	1	2	2	1	4	2	2	1	2	1	1	3	2
227	AKHDAN	L	19	2	1	3	2	1	2	3	2	2	2	2	3	1	1	2	2	2	1	3	1

228	AFIF	L	20	1	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2
229	BONI	L	20	2	2	4	2	3	2	2	3	3	2	2	1	2	2	1	3	2	3	2
230	ANIS	P	19	1	2	3	1	2	2	3	3	2	2	2	1	2	2	1	3	2	3	2
231	Z	L	21	1	2	4	1	3	1	1	1	1	1	1	2	1	4	3	4	1	3	3
232	SA	P	20	1	2	3	2	2	2	2	1	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2
233	AULIA	P	20	1	2	3	2	2	2	3	3	2	1	2	2	1	2	2	3	2	2	3
234	PRIMADARA	L	20	1	3	3	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	1	3	1	1	2	4
235	INA	P	18	1	2	4	1	3	1	1	1	1	1	1	2	1	4	3	4	1	3	4
236	A	L	20	1	2	3	2	4	1	2	1	2	1	1	3	1	1	1	2	2	1	2
237	ZN	P	19	1	2	2	2	1	2	2	4	3	1	1	3	1	1	1	2	2	3	2
238	C	P	20	2	3	3	2	2	2	4	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	4	2
239	PRIME	L	21	1	3	3	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	1	3	1	1	2	4
240	AP	P	20	2	3	3	2	2	2	4	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	4	2
241	TKY	P	20	1	2	2	2	3	1	2	2	2	1	3	2	2	1	2	2	2	1	3
242	ISL	P	20	1	3	4	3	2	1	2	2	2	1	1	4	1	1	2	1	3	2	1
243	ARIANA	P	16	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2
244	RINGGIT	L	21	2	2	2	3	4	3	2	3	4	2	2	3	1	1	2	3	3	3	3
245	LIA	P	21	2	2	3	3	3	2	2	3	4	4	4	2	3	3	3	4	2	3	3
246	VIDYA	P	21	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	4	3	2
247	ANJAR	L	21	1	4	1	2	2	2	3	2	2	2	2	4	1	1	2	1	1	2	2
248	RAJA A	L	21	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	4	2	2	3	4	2	3	3
249	DWI W	L	21	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2
250	REZA	L	21	2	1	3	1	2	2	3	3	3	1	1	3	1	3	2	1	1	2	1
251	LUKMAN	L	19	3	2	3	2	4	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3
252	WICAKSONO	L	21	1	1	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	1	1	1	2	3	2	4
253	HERDIAS	L	21	3	2	4	3	3	2	3	4	3	3	4	1	2	3	2	2	1	2	3
254	GAHRIK	L	21	1	1	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3
255	RIKA	P	21	1	2	4	3	4	2	2	4	1	2	2	2	3	3	2	4	1	3	4
256	RIYAN	L	21	2	2	3	4	3	2	2	1	4	1	4	3	2	1	2	4	4	4	3

257	DINA	P	21	1	2	3	3	3	2	3	2	2	1	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2
258	OKA	L	18	1	2	4	3	3	3	3	3	4	1	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2
259	REGIE	L	17	1	2	2	3	1	1	3	2	1	1	2	2	1	2	2	3	2	2	4	1
260	CHADA	L	18	1	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3
261	AVE	L	16	1	2	3	2	4	1	2	4	4	1	3	4	3	3	3	3	1	2	3	2
262	DENISH	L	17	2	2	3	4	2	2	3	3	1	2	3	3	2	4	3	2	3	3	3	3
263	FARAH	L	16	1	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	1
264	ASEP	P	20	1	2	2	3	2	2	1	3	1	1	3	3	1	3	3	3	3	2	2	2
265	ALYA	P	19	1	1	3	4	3	2	2	4	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	1
266	VIA	P	20	1	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2
267	BANU	P	20	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	3	2	1	2	3	2	2	2	3
268	ANNISA	P	19	2	4	4	2	1	2	4	1	1	1	1	3	1	3	3	1	1	3	1	3

Lanjutan

21	22	23	24
4	3	2	2
2	2	2	2
2	3	2	2
2	1	2	1
2	3	2	2
3	4	2	1
4	4	1	1
4	4	4	4
4	2	1	1
2	3	2	1
2	2	2	2
3	3	3	2
3	3	2	2

3	3	2	2
3	4	1	1
3	3	3	2
4	2	2	1
3	3	2	2
3	3	2	2
2	4	2	2
3	3	2	2
3	3	3	2
2	3	2	1
1	2	2	1
3	3	2	1
3	3	3	2
4	4	2	2
3	2	1	1
3	4	4	1
3	4	3	2
3	3	3	3
2	3	2	2
3	3	3	2
2	3	2	1
3	3	3	2
2	3	2	1
2	3	2	2
2	3	1	1
3	4	2	1
3	3	3	2
2	3	2	2



2	2	2	1
3	3	2	1
3	4	2	1
2	3	3	2
3	3	2	1
3	3	2	1
4	4	3	1
3	3	1	1
3	4	3	3
3	3	2	2
2	3	2	2
3	4	2	1
2	3	1	1
3	3	2	2
2	3	3	1
2	2	3	1
4	2	1	1
3	3	2	2
3	3	2	2
2	2	2	1
3	3	3	3
4	3	2	2
2	3	1	1
4	3	2	2
2	3	2	2
4	4	2	1
3	3	2	2
3	3	2	2
2	2	2	2



2	3	2	1
2	3	4	2
3	3	1	1
3	4	2	2
2	3	2	1
3	1	2	1
3	3	2	1
3	3	1	1
1	3	1	3
4	2	1	1
3	4	2	1
2	3	2	2
3	3	2	1
4	4	3	2
3	3	2	2
3	3	1	2
3	2	2	1
3	3	3	1
2	2	2	1
2	3	2	3
3	3	2	1
3	2	1	1
3	3	2	1
3	3	3	3
1	2	1	1
4	3	2	1
4	2	1	1
2	2	3	2
4	2	1	1



2	2	2	2
3	3	2	2
2	3	1	1
2	4	1	1
2	2	2	2
4	4	2	3
1	4	4	1
3	2	2	2
2	4	1	1
4	2	2	1
3	3	2	2
3	3	2	2
2	3	1	1
4	3	2	3
3	3	2	2
2	4	2	1
4	4	1	1
3	3	2	1
2	2	1	1
2	3	1	2
3	2	4	1
3	3	2	1
3	4	1	3
4	3	2	1
2	4	1	1
2	2	3	1
3	3	2	2
2	3	2	1
2	3	2	1



3	2	2	3
3	3	3	3
2	2	2	1
4	2	1	1
2	2	2	2
3	2	1	1
4	3	2	2
2	3	3	3
2	3	2	2
2	3	2	2
3	2	4	1
3	3	1	1
2	4	3	3
1	3	1	2
2	2	2	2
3	3	1	1
2	3	2	3
2	3	2	2
2	3	2	2
3	3	2	1
4	3	2	2
2	2	2	1
2	2	2	2
2	3	1	1
3	3	1	1
3	3	2	1
2	2	2	1
3	2	2	2
3	4	4	4



3	3	3	2
3	3	2	2
3	3	2	1
3	3	3	1
3	2	1	1
3	3	3	2
1	3	3	1
3	2	3	2
2	3	1	1
4	1	2	2
3	3	2	2
3	3	4	2
2	3	1	2
2	2	2	1
3	3	3	2
2	2	2	2
4	4	4	1
3	3	2	1
3	4	1	1
2	3	2	1
4	2	2	2
2	3	2	2
3	2	3	2
2	3	2	2
3	3	2	1
2	3	4	1
3	3	2	1
2	3	2	3
2	2	2	3



2	2	2	1
3	3	3	1
2	1	1	1
3	3	2	2
2	3	1	2
3	2	3	3
2	4	2	1
2	2	2	2
3	3	1	3
3	3	2	2
3	3	2	2
4	4	4	4
4	3	2	1
2	3	2	1
2	3	2	2
2	2	2	2
2	3	2	2
1	3	1	1
3	3	2	2
4	4	2	2
2	4	2	2
3	4	2	1
4	3	1	1
2	2	2	2
1	3	2	1
3	3	3	3
1	2	4	2
3	3	2	2
3	2	2	3



2	2	2	2
3	3	2	2
3	3	3	1
3	3	3	2
3	2	2	1
4	3	1	2
2	4	1	1
2	3	2	1
3	3	1	2
2	3	2	1
3	3	1	3
3	2	2	2
2	3	2	1
2	3	2	2
1	4	4	1
2	2	2	2
3	2	2	1
2	2	1	1
1	4	4	1
2	4	2	1
4	3	1	2
4	4	1	1
2	4	1	1
4	3	1	1
3	2	1	1
4	4	1	1
3	2	2	2
2	4	2	3
3	4	2	2



4	4	1	1
4	4	1	1
4	3	2	2
3	3	3	3
2	3	2	2
3	3	3	2
2	4	2	1
2	3	1	1
3	3	2	1
4	4	2	1
4	4	2	1
3	4	2	2
4	3	2	2
4	2	1	1
3	3	2	2
3	4	4	1
3	4	3	2
3	4	2	1
3	3	1	1
3	3	2	2
3	3	2	2
1	3	1	3
2	2	2	1



Input Skala Perilaku Konsumtif

No	Jenis Kelamin	Usia	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	L	18	3	1	3	2	3	3	2	1	2	2	2	2	1	2	3	1	2	1	3	2
2	L	20	3	2	2	1	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	P	19	2	2	2	1	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2
4	L	19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	L	20	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2
6	P	19	3	4	3	1	1	2	2	2	3	4	2	2	2	2	4	3	2	4	3	2
7	L	18	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	1	1	4	4	1	4	4	1	1	4
8	L	19	2	2	2	2	2	2	1	1	4	4	2	1	1	1	1	4	1	1	3	4
9	L	19	2	2	1	1	4	2	2	2	2	3	1	1	4	1	4	3	2	2	2	4
10	P	21	1	2	2	2	2	3	3	2	2	4	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2
11	L	19	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2
12	L	18	2	2	3	2	3	1	2	1	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3
13	L	19	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2
14	L	18	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3
15	L	20	2	1	3	4	1	1	1	1	4	2	2	4	4	2	3	1	1	1	2	3
16	L	19	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2
17	L	21	2	3	2	1	2	1	1	1	2	3	1	1	1	2	1	3	1	2	2	1
18	P	19	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3
19	P	19	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3
20	L	19	2	2	3	2	2	2	2	2	2	4	3	2	1	3	2	3	2	4	2	2
21	L	18	2	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	1	3	3	2
22	L	18	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3
23	P	21	1	4	2	1	3	1	1	1	1	4	2	2	2	2	3	4	1	1	1	2
24	L	21	1	2	3	4	3	1	2	1	2	3	1	3	4	3	4	2	3	3	3	3
25	P	21	2	3	3	1	3	3	2	2	2	4	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1
26	P	21	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3

27	P	20	3	3	4	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3
28	P	18	3	3	2	2	2	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3
29	P	17	2	3	3	3	3	2	2	2	2	4	3	2	2	2	4	4	1	2	4	4
30	P	18	3	2	3	2	3	2	2	2	2	4	2	2	1	2	2	3	3	2	2	2
31	L	20	3	4	3	3	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	2	4	3
32	P	21	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2
33	P	21	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	1	2	1	2	2	3	2
34	L	21	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	1	4	2	2	3	3	3
35	P	21	2	2	3	2	3	4	2	2	2	2	3	2	4	1	2	3	1	1	2	2
36	P	20	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2
37	P	19	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3
38	P	20	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2
39	L	18	2	3	2	2	2	1	1	2	1	3	2	1	1	3	1	3	1	2	3	3
40	P	20	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2
41	P	19	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2
42	P	19	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3
43	P	18	2	3	2	1	2	4	2	2	3	3	2	1	1	1	1	1	1	3	1	2
44	P	18	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3
45	P	18	2	4	3	2	3	1	2	3	4	4	2	1	2	2	2	3	1	3	3	2
46	P	18	1	2	2	1	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	3	2	1	3	3
47	P	18	3	3	2	1	3	2	2	1	3	3	1	1	1	2	2	4	2	2	2	3
48	P	19	2	3	3	1	1	1	1	1	2	4	1	1	1	1	1	2	1	1	3	1
49	L	18	3	3	2	1	2	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1	2	2	3	2	1
50	L	19	2	2	2	1	2	1	3	2	3	3	1	1	1	1	3	2	2	3	1	1
51	P	20	2	3	3	3	4	2	2	2	2	3	2	3	3	1	3	2	2	2	2	3
52	L	18	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2
53	L	21	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2
54	L	21	2	2	3	3	3	3	1	2	1	2	3	2	1	3	2	3	1	2	3	1
55	L	21	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3

56	L	21	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	4	2	2	2	3	3
57	L	21	2	2	3	1	1	1	3	2	1	3	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1
58	L	19	2	3	3	1	2	2	2	2	3	3	1	3	1	1	2	2	3	2	1	2
59	L	19	3	3	3	1	3	1	2	2	3	3	2	1	3	2	2	3	2	3	2	2
60	L	18	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3
61	P	19	2	4	3	3	2	2	2	2	2	4	3	2	3	3	4	3	2	2	4	3
62	P	18	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	1	1	3	1	2
63	P	19	2	2	2	4	3	2	2	3	2	4	4	3	4	4	4	2	2	2	3	4
64	P	19	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2
65	P	18	3	3	2	1	2	2	2	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2
66	P	18	2	3	4	2	2	3	2	2	3	3	3	2	1	3	3	3	3	2	3	2
67	P	19	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
68	P	18	4	4	4	2	2	1	4	2	3	4	3	2	1	2	2	3	2	3	2	3
69	P	18	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2
70	P	18	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2
71	P	19	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	4	3	2	2	3	3
72	P	18	4	2	2	2	2	2	2	3	3	2	1	1	2	2	3	2	2	2	2	1
73	L	21	2	2	3	1	3	2	2	2	1	3	2	2	2	1	3	3	2	2	3	2
74	P	20	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	1	2	2	2	3	2	2	3	3
75	P	20	2	3	3	2	2	1	1	1	2	3	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2
76	P	21	1	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	3	1
77	L	20	2	3	3	1	1	1	2	1	1	3	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2
78	P	19	3	3	3	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2
79	P	21	1	2	3	1	2	2	2	1	2	3	2	1	1	1	3	2	2	2	2	2
80	L	20	2	4	1	3	1	3	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	3	2	2	1
81	L	18	4	2	3	1	2	3	4	1	2	4	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1
82	L	19	3	3	3	1	1	1	3	3	3	4	2	1	1	1	2	3	2	3	2	2
83	L	21	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
84	L	19	1	3	1	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2

85	L	19	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3
86	P	20	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2
87	L	21	3	3	2	2	3	1	2	2	2	4	2	2	4	1	4	4	1	1	4	4
88	L	21	2	3	2	2	1	2	2	2	2	3	2	1	1	2	2	2	2	3	2	1
89	P	20	3	4	3	2	3	1	2	2	2	4	2	2	1	3	4	3	2	2	3	2
90	L	20	2	1	1	1	2	4	3	1	1	3	1	1	1	1	3	2	2	2	4	2
91	P	21	3	3	2	1	2	1	1	1	2	4	1	1	1	1	2	1	2	3	1	3
92	P	20	1	3	1	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2
93	P	18	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	1	1	2	2	2	3	2	3	1	3
94	P	18	1	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3
95	L	21	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3
96	P	20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	3
97	P	21	3	3	2	1	2	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
98	P	19	4	3	2	1	2	1	1	1	3	3	1	1	4	1	1	2	2	3	2	1
99	P	18	2	3	2	2	4	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3
100	P	20	2	4	1	1	1	1	2	1	2	4	3	1	2	2	1	1	2	2	1	1
101	L	19	3	2	2	1	2	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2
102	L	21	3	3	3	1	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3
103	L	21	2	3	1	1	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
104	P	21	2	2	4	2	2	2	4	2	1	4	1	4	1	1	4	4	1	2	4	4
105	L	19	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2
106	L	21	2	3	4	4	4	2	2	2	3	4	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4
107	P	20	1	2	3	2	3	1	1	1	2	4	3	1	3	3	3	3	1	1	3	4
108	L	20	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2
109	P	19	3	3	1	1	1	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3
110	L	21	2	2	3	1	2	1	2	1	2	4	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2
111	L	20	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3
112	L	19	3	2	3	2	3	2	2	3	3	4	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2
113	P	21	2	1	2	1	1	1	1	1	2	3	1	2	1	2	2	2	1	1	2	1

114	P	21	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3
115	P	21	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3
116	P	19	2	2	3	1	2	1	2	1	2	4	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2
117	P	20	3	3	2	2	4	1	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3
118	L	20	2	2	2	2	3	2	3	1	3	3	1	1	2	2	2	3	2	2	2	2
119	L	21	2	3	3	2	1	1	2	1	2	4	1	1	2	1	2	2	1	2	3	2
120	L	21	2	2	2	1	2	1	3	2	2	3	2	1	1	2	3	2	2	1	3	3
121	P	20	2	3	1	3	1	1	2	1	2	3	1	2	4	2	3	3	1	3	2	3
122	P	18	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	4	2	2
123	P	19	3	2	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	4	2	3	3	3	4
124	P	19	3	2	3	1	2	1	2	2	2	3	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1
125	P	20	2	3	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	3	3	2
126	P	21	1	1	2	2	3	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1
127	L	21	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3
128	P	21	3	3	2	1	3	1	3	1	1	3	1	2	2	1	3	3	1	2	2	3
129	P	21	2	3	3	2	3	1	1	1	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3
130	P	21	3	3	3	3	4	1	2	1	2	4	3	1	4	1	4	2	1	4	3	4
131	P	20	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	4	1	3	2	2	2	3	2
132	L	21	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2
133	P	19	2	2	2	2	2	1	2	2	2	3	1	1	2	2	2	3	1	2	2	2
134	P	20	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
135	L	21	4	3	2	1	4	1	4	1	3	4	1	1	1	1	4	1	1	3	1	3
136	L	19	3	2	2	1	2	1	1	2	3	3	2	2	1	1	1	2	3	2	2	2
137	L	21	1	3	3	2	2	3	2	3	3	2	4	2	3	3	4	2	3	3	2	3
138	L	21	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2
139	L	21	1	1	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	4	3	2
140	L	21	2	3	2	1	1	1	2	1	2	3	1	2	3	3	3	3	2	3	2	3
141	L	21	1	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	1	4	4	3
142	L	21	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	4	2	3	4	2	2	2	3	2

143	L	21	2	1	3	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1	3	3	3
144	L	20	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2
145	L	18	3	3	4	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2
146	L	18	3	2	2	1	3	1	1	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2
147	L	17	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2
148	L	18	1	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	4	2	3	3	2	1	3	3
149	P	18	2	3	3	2	3	1	2	2	3	3	3	2	1	2	2	4	2	2	2	3
150	P	18	2	3	2	2	3	2	1	3	4	3	2	1	1	2	1	3	2	1	4	3
151	L	20	2	2	2	2	3	2	1	1	2	3	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2
152	L	21	3	3	3	2	2	2	1	1	2	3	2	2	3	1	3	2	2	2	2	2
153	L	21	3	2	3	3	2	4	1	3	3	2	3	1	2	1	1	2	2	1	3	3
154	L	21	3	2	2	1	1	2	3	2	2	3	2	1	1	2	2	3	2	2	2	3
155	L	21	2	2	3	2	2	1	1	1	1	3	1	2	2	2	3	3	2	1	1	1
156	L	19	3	2	4	2	3	1	2	2	3	3	1	2	2	1	3	4	2	3	4	2
157	L	21	3	3	2	2	2	1	2	3	2	3	2	3	2	1	3	3	1	2	2	3
158	L	20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2
159	P	18	2	3	3	2	3	1	2	2	3	3	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3
160	P	20	2	3	3	1	3	3	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	3	3	2
161	P	20	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2
162	P	19	3	3	3	3	3	2	3	2	3	4	2	2	3	2	4	3	3	2	3	4
163	P	21	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2
164	P	21	3	3	3	2	4	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3
165	P	21	2	3	3	2	3	1	2	1	2	3	2	1	1	2	1	3	3	3	3	2
166	P	21	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2
167	P	20	2	3	2	2	3	1	1	1	1	3	2	1	1	1	1	3	1	3	1	3
168	L	21	2	2	2	2	2	2	1	2	3	3	3	2	2	1	3	2	3	2	2	2
169	L	21	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	1	3	4
170	L	20	2	3	2	2	3	2	3	2	3	4	4	2	3	3	3	2	2	2	3	2
171	L	20	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2

172	L	21	2	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
173	L	20	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3
174	L	21	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
175	P	20	3	3	4	4	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2
176	L	21	2	2	2	1	3	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	3	1	2	2	3
177	L	20	3	3	3	2	1	1	3	1	4	4	3	2	1	1	2	3	4	3	4	3
178	L	21	3	2	3	1	2	1	3	2	2	4	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3
179	P	19	1	1	2	2	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	1	1	1	3
180	P	21	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3
181	P	20	3	4	3	2	3	2	3	2	2	4	2	2	3	3	4	3	3	3	3	4
182	P	20	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
183	P	21	2	2	2	1	2	2	2	2	2	3	1	1	1	2	2	2	2	2	3	3
184	P	20	4	2	3	1	1	4	2	2	4	2	1	1	2	1	1	3	1	4	2	1
185	P	20	3	3	3	1	2	1	1	1	3	3	1	1	3	1	1	3	2	1	1	3
186	L	20	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2
187	P	20	2	3	2	1	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2
188	P	21	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	1	1	1	2	2	2	3	2
189	P	20	3	3	2	2	3	1	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
190	P	21	1	3	3	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
191	P	21	1	3	3	1	3	1	2	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
192	L	19	2	2	2	1	2	1	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	1	2	3	2
193	L	20	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2
194	L	21	2	2	2	1	1	1	3	1	1	3	2	1	2	2	1	3	1	1	2	1
195	L	19	3	3	3	2	2	2	3	3	2	4	2	2	2	2	3	3	3	4	3	3
196	L	21	3	2	4	1	2	2	2	2	3	3	2	2	1	2	3	3	3	2	3	2
197	L	21	2	2	3	3	2	2	2	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	1	1
198	L	21	3	2	3	2	2	1	2	1	2	3	2	1	1	2	3	2	2	2	2	3
199	L	21	2	2	2	1	3	2	3	2	3	3	2	1	3	3	2	3	1	2	2	3
200	L	21	3	3	3	1	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2

201	P	21	2	3	2	2	3	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
202	L	19	2	2	2	2	3	1	2	1	1	3	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1
203	L	20	4	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
204	L	19	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
205	L	19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1
206	L	19	3	2	3	2	3	1	1	1	2	3	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1
207	P	18	4	2	3	2	2	2	3	2	4	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2
208	L	21	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	1	2	2	3	2	2	2	2	4
209	P	18	2	2	2	2	3	1	3	2	2	3	2	2	3	1	3	4	2	1	2	3
210	P	20	3	3	3	1	2	1	2	2	3	4	2	2	2	3	2	3	2	4	3	3
211	P	20	2	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3
212	P	21	1	3	2	2	1	2	1	1	4	3	2	3	1	3	2	1	2	2	1	1
213	P	21	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3
214	L	21	1	1	1	2	1	2	3	4	2	1	3	1	4	2	1	2	3	2	1	1
215	P	20	2	2	2	3	3	1	2	3	2	4	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3
216	P	20	2	3	2	2	2	2	2	2	1	3	2	1	2	1	1	2	3	2	2	2
217	P	20	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2
218	P	20	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2
219	P	20	3	3	3	3	3	1	2	2	2	4	2	3	2	1	2	2	2	3	3	3
220	L	21	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3
221	L	20	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	1	2	3	2	2	2	2
222	L	21	3	3	2	2	4	1	1	1	1	4	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
223	P	19	3	3	1	1	1	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3
224	P	21	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2
225	P	20	2	3	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2
226	L	21	1	2	2	1	1	2	1	3	3	2	1	1	2	3	2	4	4	2	1	2
227	L	19	2	3	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2
228	L	20	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2
229	L	20	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2

230	P	19	2	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2
231	L	21	1	2	3	2	3	1	1	1	2	4	3	1	3	3	3	3	1	1	3	4
232	P	20	2	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3
233	P	20	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	1	2	3	2	2	2	2
234	L	20	3	3	1	1	1	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3
235	P	18	1	2	3	2	3	1	1	1	2	4	3	1	3	3	3	3	1	1	3	4
236	L	20	2	2	3	1	2	1	2	1	2	1	1	4	1	1	1	2	1	1	2	2
237	P	19	3	3	2	2	1	1	1	1	4	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
238	P	20	3	3	2	2	4	1	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3
239	L	21	3	3	1	1	1	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3
240	P	20	3	3	2	2	4	1	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3
241	P	20	2	3	2	1	2	1	1	1	2	3	1	2	1	1	1	3	2	1	1	3
242	P	20	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	1	1	4	1	1	3	1	1	1	1
243	P	16	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2
244	L	21	3	3	3	3	4	2	2	3	3	4	2	3	4	2	3	3	2	3	3	4
245	P	21	4	4	4	3	3	2	2	3	4	3	3	2	2	2	3	3	4	3	3	3
246	P	21	3	3	3	2	2	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	1	2	3	3
247	L	21	1	2	3	1	1	2	2	1	3	3	1	1	1	2	2	2	2	4	2	4
248	L	21	2	3	3	2	3	4	2	2	3	4	3	4	3	3	2	3	2	3	3	2
249	L	21	2	3	3	4	2	2	2	2	2	3	3	2	1	1	1	3	1	3	2	2
250	L	21	1	2	2	1	2	1	1	1	1	4	2	2	1	1	3	2	1	2	2	3
251	L	19	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	1	2	2	2	3	2
252	L	21	4	3	4	4	2	1	3	3	3	4	1	1	1	3	2	3	3	2	3	1
253	L	21	4	3	3	1	2	2	4	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	1
254	L	21	2	2	3	2	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2
255	P	21	2	4	3	4	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3
256	L	21	4	2	2	1	3	2	1	1	2	3	3	1	1	2	3	2	2	3	3	4
257	P	21	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2
258	L	18	3	1	3	2	3	3	2	1	2	2	2	2	1	2	3	1	2	1	3	2

259	L	17	1	2	2	2	2	3	3	2	2	4	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2
260	L	18	2	2	3	2	2	2	2	2	2	4	3	2	1	3	2	3	2	4	2	2
261	L	16	3	2	3	2	3	2	2	2	2	4	2	2	1	2	2	3	3	2	2	2
262	L	17	2	2	2	1	2	1	3	2	3	3	1	1	1	1	3	2	2	3	1	1
263	L	16	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3
264	P	20	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2
265	P	19	2	4	1	3	1	3	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	3	2	2	1
266	P	20	2	1	1	1	2	4	3	1	1	3	1	1	1	1	3	2	2	2	4	2
267	P	20	2	4	1	1	1	1	2	1	2	4	3	1	2	2	1	1	2	2	1	1
268	P	19	2	3	2	2	3	2	3	2	3	4	4	2	3	3	3	2	2	2	3	2

Lanjutan

21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33
1	1	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	1
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	3	1	2	2	1	3	2	2	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2
2	2	2	2	4	1	2	2	2	3	3	2	1
1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	3	1	4	1	1	1	3	2	1
1	2	2	2	3	1	1	2	1	3	2	1	1
1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	1
2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	1
2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
1	1	1	1	1	1	2	1	4	1	3	3	1

2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2
1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1
3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3
3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
2	2	3	3	3	2	2	2	2	4	3	3	1
3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2
2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2
3	1	3	3	2	4	1	1	1	1	2	1	1
2	1	2	1	3	1	2	2	1	2	3	2	1
1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1
2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2
2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2
2	2	2	2	3	3	1	2	3	2	2	3	2
3	1	1	1	3	4	1	1	1	2	3	2	1
2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2
3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	1
3	2	2	2	3	2	2	1	2	3	3	3	1
1	1	2	3	2	2	3	2	1	1	3	2	1
2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2
2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2
2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2
1	1	3	2	3	3	1	1	1	4	2	1	1
2	2	3	3	3	3	2	2	1	3	3	2	1
2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2
3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	3	2	2
1	2	1	1	3	1	1	2	1	1	1	1	1
3	3	2	3	4	3	3	3	2	3	3	3	2

2	1	2	3	3	3	2	1	1	1	2	3	1
2	2	2	2	3	3	1	1	2	2	1	2	1
2	2	3	2	3	2	2	2	1	2	2	1	1
1	1	1	1	2	3	2	1	1	1	2	1	1
1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2
1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1
2	1	3	2	3	3	2	1	1	3	3	2	1
2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2
2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2
1	2	2	3	1	1	1	2	1	1	3	3	2
2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2
3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	4	3	2
1	1	1	1	3	2	2	1	1	1	3	3	1
2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
1	2	2	3	3	2	1	2	2	3	3	2	2
1	4	3	4	4	2	3	3	3	1	3	2	4
2	2	3	3	3	4	1	2	3	3	3	2	2
1	2	2	2	3	2	1	1	2	2	2	2	2
3	2	2	3	3	4	3	2	3	3	3	4	2
2	2	2	3	3	4	2	2	2	2	3	2	1
2	2	3	2	3	3	3	2	1	1	2	2	2
3	2	3	2	3	4	1	2	2	2	3	2	1
2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2
2	1	3	3	3	3	3	2	1	4	3	3	1
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2
2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2
1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	1	3	2	3	3	2	1	2	2	3	1	1

2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2
1	1	1	1	2	3	2	2	2	1	2	2	1
1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
1	1	2	2	2	3	2	1	1	2	2	3	1
3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	2	3
1	1	3	2	4	1	2	3	1	3	1	1	1
2	2	2	3	3	1	2	2	1	3	3	2	1
2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2
3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2
2	1	1	3	1	1	1	1	2	3	1	4	1
2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2
2	1	3	2	4	2	3	2	2	3	2	3	2
2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
1	1	1	1	3	1	1	1	1	2	1	1	1
3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3
2	1	3	2	2	2	1	1	2	2	1	2	1
2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2
4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	2	3	2	1	1	1	2	1	1	1
2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2
1	1	3	1	3	2	1	1	1	2	2	1	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2

2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2
2	1	1	3	2	4	3	1	2	1	4	1	1
2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2
4	2	2	4	4	2	2	2	3	3	4	4	2
1	1	2	2	3	2	2	1	1	3	3	3	1
2	2	2	2	3	1	1	1	2	2	2	3	2
1	1	1	1	3	3	2	1	1	3	1	1	1
1	2	1	2	2	1	3	1	1	2	2	2	2
3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2
2	2	3	3	2	1	3	2	2	3	3	3	2
1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1
2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2
2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2
1	2	1	2	2	1	3	1	1	2	2	2	2
2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
2	2	2	2	2	1	1	1	1	3	3	2	1
1	1	2	1	3	2	1	2	1	1	3	2	1
2	1	2	1	3	2	2	1	1	3	3	2	1
1	2	1	1	2	2	3	2	3	2	2	2	2
2	1	1	2	3	1	2	1	1	3	3	2	1
2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	2	4
1	1	2	2	4	1	1	1	1	2	2	3	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1
1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
1	1	1	2	3	2	1	1	1	3	3	1	1
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
1	1	1	1	3	2	2	2	2	3	2	3	3
2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	1

2	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	1
2	2	1	2	3	2	1	2	1	2	2	1	2
2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1
1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	3	2	3	2	2	2	1	3	2	3	1
3	3	2	4	3	2	3	2	2	4	3	3	2
2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2
2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2
2	2	1	2	3	3	2	3	4	2	3	3	2
1	3	2	1	2	2	2	2	1	2	3	3	1
3	2	2	2	2	4	3	2	3	2	2	2	2
2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	3	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2
1	1	1	2	3	1	2	1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	3	3	3	1	2	1	2	3	3	2	1
2	1	2	2	3	3	4	2	2	2	3	3	1
1	1	4	3	3	4	1	1	1	3	3	1	1
2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1
1	1	3	2	3	1	2	2	2	2	3	2	2
2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	1	2
1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1
1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	3	2	1
2	1	2	3	3	4	2	2	2	4	4	1	1
1	1	3	3	3	1	2	1	2	2	3	3	1
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2
1	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2

2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2
2	2	3	3	3	3	2	1	2	3	3	3	1
2	2	2	2	3	4	2	2	2	3	3	2	2
3	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	1
2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	1
2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	3	1
1	1	1	1	3	1	2	1	1	1	1	3	1
1	2	3	1	3	1	2	2	1	3	2	3	1
2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2
3	2	2	2	3	2	1	1	2	3	2	3	1
2	2	2	2	3	1	1	2	2	3	2	2	1
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1
3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	1
1	1	1	2	2	1	2	1	1	2	1	3	1
2	1	1	2	3	4	1	2	2	4	1	1	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2
2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	1
2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2
2	2	3	3	4	4	3	2	3	4	4	2	1
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2
1	1	3	1	3	3	1	1	1	3	1	2	1
1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1
1	1	2	2	3	1	2	2	1	3	3	3	1
2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3
2	2	3	2	2	3	2	2	1	3	2	2	2
2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2
1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1

1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1
1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	3	3	1
2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1
2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2
1	1	1	3	2	2	2	2	1	1	3	1	1
2	1	2	3	3	1	3	2	2	2	3	2	2
2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2
1	2	2	2	3	3	4	4	4	2	2	2	1
2	2	2	1	2	1	3	2	1	2	3	3	1
2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1
2	1	3	3	3	1	1	2	3	3	2	3	1
2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2
1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1
2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	1
2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2
2	2	3	2	3	1	2	2	2	2	2	2	1
2	1	2	2	2	2	3	1	2	2	3	2	1
1	1	3	3	4	3	2	3	2	3	3	4	1
2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2
2	3	4	2	2	3	2	1	1	2	4	2	3
3	3	3	3	2	1	4	3	3	3	3	3	2
2	3	2	1	1	3	2	3	1	2	1	3	4
2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2
3	3	3	1	2	2	1	3	2	2	2	2	2
2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2

2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	1
3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
1	2	2	3	3	1	2	2	1	2	1	2	1
1	1	2	1	4	1	2	2	2	3	2	2	1
1	1	1	1	3	3	2	1	1	3	1	1	1
2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2
1	1	2	1	2	2	2	1	1	2	2	3	1
1	1	3	2	2	3	1	2	3	4	4	3	2
1	1	2	1	2	2	2	1	1	2	2	3	1
2	2	2	2	3	1	1	1	2	2	2	3	2
2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2
1	1	2	2	3	2	2	1	1	3	3	3	1
2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2
1	2	2	3	3	1	2	2	1	2	1	2	1
1	1	1	1	3	3	2	1	1	3	1	1	1
1	1	2	2	3	2	2	1	1	3	3	3	1
1	2	1	2	2	1	3	1	1	2	2	2	2
1	1	2	1	4	1	2	2	2	3	2	2	1
2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
1	1	1	1	3	3	2	1	1	3	1	1	1
2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2
3	2	2	1	3	2	3	2	2	3	4	3	1
4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3
2	1	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2
2	2	1	1	1	1	1	3	2	3	2	4	1

2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	1
2	2	2	3	2	1	2	2	1	1	2	2	3
1	1	3	3	3	2	2	1	2	3	2	3	1
2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2
1	1	2	2	3	4	2	1	3	3	1	1	1
1	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	1	1	1	1	1	3	2	2	3	2	2	2
2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	1
2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2
1	1	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	1
1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	1
2	2	3	3	3	2	2	2	2	4	3	3	1
2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2
1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1
1	4	3	4	4	2	3	3	3	1	3	2	4
2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2
3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	2	3
2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
1	1	3	1	3	2	1	1	1	2	2	1	1
3	2	2	2	3	2	1	1	2	3	2	3	1